UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

MARINA KAORI IURA OSHIRO

League of Legends: do esporte ritual ao esporte eletrônico

São Paulo

2020

MARINA KAORI IURA OSHIRO

League of Legends: do esporte ritual ao esporte eletrônico

Dissertação apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para a obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação.

Área de Concentração: Interfaces Sociais da Comunicação

Linhas de Pesquisa: Políticas e Estratégias de Comunicação

Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto Nassar de Oliveira.

São Paulo

2020

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa desde que citada a fonte.

Catalogação na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

Oshiro, Marina Kaori Iura
League of Legends: do esporte ritual ao esporte eletrônico / Marina Kaori Iura Oshiro ; orientador, Paulo Nassar. -- São Paulo, 2020.
190 p.: il.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação - Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo.
Bibliografia
Versão original

1. Esports 2. Jogo 3. Esporte 4. Cultura participativa 5. Ritual I. Nassar, Paulo II. Título.

CDD 21.ed. - 300; 301; 306; 659.2

Elaborado por Alessandra Vieira Canholi Maldonado - CRB-8/6194

OSHIRO, Marina Kaori Iura. League of Legends: do esporte ritual ao esporte eletrônico. Dissertação apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para a obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação.

Aprovado em: ____/____/2020

Banca Examinadora

Prof. Dr.:_____

Instituição:_____

Julgamento:_____

Assinatura:_____

Prof. Dr.:_____

Instituição:_____

Julgamento:_____

Assinatura:_____

Prof. Dr.:_____

Instituição:_____

Julgamento:_____

Assinatura:_____

À minha mãe, Kaoru, a mulher com a alegria mais sobressalente que conheço, por sempre me trazer de volta à vida com seus sorrisos e carinho. E ao meu pai, José, por ser imensamente companheiro e estar comigo durante toda a minha jornada na Universidade de São Paulo desde a graduação, seja nas noites frias ou nos dias mais ensolarados.

AGRADECIMENTOS

À ECA – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, pela oportunidade de experienciar o espaço universitário e acadêmico, por me capacitar e me formar à estudante e profissional que sou hoje, e pelo seu corpo docente, direção, administração e demais funcionários que me auxiliaram e acolheram desde a minha graduação em Relações Públicas.

À ABERJE – Associação Brasileira de Comunicação Empresarial, pelas portas sempre abertas, por me proporcionar experiências valorosas através do Grupo de Estudos de Novas Narrativas (GENN) e dos seus eventos; por me apresentar a profissionais grandiosos que se tornaram queridos colegas de vida e de profissão.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Paulo Nassar, pela sua confiança na minha competência desde à época em que eu ingressei no curso de Relações Públicas, por seus conselhos, motivação e atenção, por me incentivar a dar continuidade aos meus estudos após a graduação, pelo seu ilustre conhecimento e ensinamentos inestimáveis que me inspiram a ser uma profissional e pessoa cada vez melhor.

Ao Prof. Dr. Luiz Alberto de Farias, pelos cumprimentos em japonês, pelas aulas tanto na graduação quanto na pós-graduação, e pelo auxílio através de seus conselhos e material didático.

À Prof.ª Dr.ª Maria Aparecida Ferrari, pelas aulas ministradas desde a minha época de graduação até o Mestrado, e por também me orientar nesse caminho acadêmico.

À Profª. Drª. Ana Torezan, por ser uma profissional incrível, pelo conhecimento compartilhado durante as discussões do GENN, pelo seu carinho e tempo disponível para estar na minha banca.

À Profª. Drª. Emiliana Pomarico e ao Prof. Gustavo Carbonaro, por me acompanharem desde a graduação, sempre à disposição para me oferecerem conselhos e apoio imprescindíveis para que eu pudesse chegar até aqui, e por me inspirarem a dar início a uma carreira acadêmica.

À Prof.ª Dr.ª Beatriz Garcia da Universidade de Liverpool, por quem tenho imensa admiração pelos trabalhos e estudos, e por me fazer apreciar as diferenças culturais e compreender ainda mais o valor da cultura em nossas vidas.

Aos professores e doutores da ECA-USP Daniela Osvald Ramos, Maria Immacolata Vassalo de Lopes e Maria Cristina Castilho Costa pelas disciplinas e aulas ministradas, e à Profª. Drª. Ligia Lemos pelas ideias sobre trabalhos de comunicação sobre jogos eletrônicos.

À querida Nara Almeida, por todo apoio psicológico que foi essencial, pela amizade, conselhos, incentivo, atenção e disposição em me ajudar durante todo o processo deste Mestrado, principalmente no aperfeiçoamento da ideia do meu projeto inicial.

Aos meus colegas da pós-graduação, Michelle Medeiros, Renata Senle, Sandra Ortega, Victor Theodoro, Ana Beatriz Tuma pelo compartilhamento não só de toda essa experiência como também de conhecimentos e dúvidas. E à querida Juliane Duarte que cursou Relações Públicas comigo e também me incentivou a entrar na pós-graduação.

À Gil Stefani, pela oportunidade de estágio em 2015 que acabou fazendo com que eu conhecesse o League of Legends e seu cenário competitivo. Também ao querido Dorigon Granato por me incentivar a mergulhar nesse mundo dos *esports*.

À ginástica rítmica e a todas as minha colegas que partilharam comigo os meus anos de atleta na infância, por me tornar uma apaixonada pelo esporte.

Aos meus indispensáveis amigos Vivian Rodrigues, Victor Rodrigues e Giovanna Lisboa, por podermos compartilhar entre nós nossos melhores e piores momentos, pelo amor e apoio constante independente da distância, e por me trazerem leveza durante todo o processo de Mestrado e pandemia mundial da COVID-19.

À maravilhosa Mariana Wada, por ser minha amiga desde o colegial e me acompanhar na jornada para a USP desde a graduação até o Mestrado, mesmo nós estudando cursos em áreas completamente diferentes.

À minha querida psicóloga Barbara Lopes, por acreditar em mim e no meu potencial mais que eu mesma, por me colocar sempre para cima, por ouvir todos os meus desabafos e dar todo o apoio psicológico e emocional a mim.

Aos meus pais, Kaoru Iura Oshiro e José Yoshimitsu Oshiro, aos meus irmãos Marcio Takashi Iura Oshiro e Mariana Naomi Iura Oshiro, e à minha tia Sueko Oshiro por serem minha família, por sempre torcerem e confiarem em mim mesmo quando eu não confio em mim mesma, por serem meu grande alicerce, pelo amor e força incondicionais. Devo tudo a vocês.

A todos que direta ou indiretamente fizeram parte dessa minha trajetória, ajudaram-me e torceram pelo meu sucesso. Muito obrigada.

Ou deusa grega, concebida como estátua que fosse viva,
Ou patrícia romana, impossivelmente nobre e nefasta,
Ou princesa de trovadores, gentilíssima e colorida,
Ou marquesa do século dezoito, decotada e longínqua,
Ou cocote célebre do tempo dos nossos pais,
Ou não sei quê moderno — não concebo bem o quê —,
Tudo isso, seja o que for, que sejas, se pode inspirar que inspire
(Fernando Pessoa)

OSHIRO, Marina Kaori Iura. **League of Legends:** do esporte ritual ao esporte eletrônico. 2020. 190f. Dissertação (Mestrado) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020.

RESUMO

O desenvolvimento tecnológico posterior à Revolução Industrial aliado ao processo dinâmico e constante da globalização é um dos principais catalizadores das transformações da maneira de viver da sociedade como um todo. Nesse contexto, os esportes eletrônicos, ou *esports* como são denominados tecnicamente, podem ser identificados como um fenômeno cultural recente que tem trazido diversos questionamentos sobre sua legitimidade enquanto modalidade esportiva na atualidade, uma vez que eles podem ser definidos como a atividade de jogar videogames competitivamente. O presente trabalho, então, tem como objetivo analisar as relações dessa nova prática com a cultura e os meios de comunicação em um cenário propício para a construção de narrativas transmídia, onde já existem espetáculos midiatizados do esporte tradicional como a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos. Para um maior entendimento do objeto, propõe-se uma pesquisa exploratória com discussão sobre os conceitos de esporte e videogame, que se conectam de maneira intrínseca aos esportes eletrônicos, por meio de uma investigação bibliográfica extensa abrangendo as áreas da Comunicação, Educação Física, Sociologia, Filosofia e Antropologia Cultural e do estudo de caso, tomando como exemplo o League of Legends enquanto jogo e esporte eletrônico para identificar as suas narrativas e rituais, bem como compreender as intersecções entre o respectivo fenômeno e o contexto apresentado.

palavras-chave: esports; esporte; jogo; ritual; mito; cultura participativa; narrativa transmídia.

OSHIRO, Marina Kaori Iura. **League of Legends:** from ritual sports to electronic sports. 2020. 190f. Dissertação (Mestrado) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020.

ABSTRACT

The technological development after the Industrial Revolution combined with the dynamic and constant process of globalization is one of the main catalysts for changes in society's way of life at large. In this context, electronic sports, or esports as they are technically called, can be identified as a recent cultural phenomenon that has raised several questions about its legitimacy as a sports modality nowadays, since they can be conceived as competitive gaming. Therefore, the present work looks to analyze the relations of this new practice with culture and the media in a favorable scenario for the construction of transmedia storytelling, where there are already mediatized spectacles of traditional sports such as the World Cup and the Olympic Games. For a better understanding of the object, an exploratory research is proposed to discuss the concepts of sports and video games, which are intrinsically connected to electronic sports, through an extensive bibliographic investigation covering the areas of Communication, Physical Education, Sociology, Philosophy and Cultural Anthropology and through the case study of League of Legends, as a game and esport, to identify its narratives and rituals as well as to understand the intersections between the respective phenomenon and the presented context.

keywords: esports; sport; game; ritual; myth; participatory culture; transmedia storytelling.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - As características do esporte nas várias Eras 44
Tabela 2 - Edições dos Jogos Olímpicos de verão 50
Tabela 3 - Recursos do COI provenientes da Transmissão e do Programa TOP: as seis olimpíadas passadas..... 59
Tabela 4 - Audiência global da Transmissão dos Jogos Olímpicos nas últimas três edições .. 59

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Corrida de toras do povo Krahô 33
Figura 2 - Nudez dos atletas da Grécia Antiga retratada em escultura 37
Figura 3 - Mosaico da Villa Romana del Casale mostrando mulheres praticando exercícios na Roma Antiga 42
Figura 4 - recebendo a coroa de oliveira e fita vermelha na Grécia Antiga 50
Figura 5 - Atletas americanas com suas medalhas de ouro e esculturas em miniatura do logo dos Jogos Olímpicos Rio 2016 50
Figura 6 - Símbolo Olímpico 51
Figura 7 - Chama Olímpica sendo acesa na Grécia 52
Figura 8 - Gráfico das receitas de marketing dos Jogos Olímpicos até 2012 60
Figura 9 - Gráfico das receitas do COI de 2013 a 2016 60
Figura 10 - Propaganda do Computer Space 78
Figura 11 - O console Odyssey produzido pela Magnavox 79
Figura 12 - Screenshot do jogo Pong 80
Figura 13 - Screenshot do jogo Space Invaders 81
Figura 14 - Screenshot do jogo Pac-Man 82
Figura 15 - O Nintendo Entertainment System (NES) 83
Figura 16 - Mega Drive lançado no Japão 84
Figura 17 - SEGA Genesis lançado nos EUA 85
Figura 18 - Screenshot do jogo Final Fantasy VII no PlayStation 1 em 1997 86
Figura 19 - Screenshot do jogo Final Fantasy VII Remake no PlayStation 4 em 2020 87
Figura 20 - Propaganda do PSP em um outdoor na Holanda 90
Figura 21 - Mapa Atual de Summoner’s Rift 93
Figura 22 - Duke, top laner da SKT, e o movimento de retorno à base do campeão Ekko ... 107
Figura 23 - Bengi, caçador da SKT, e o movimento de retorno à base do campeão Olaf 107
Figura 24 - Blank, caçador reserva da SKT, e o movimento de retorno à base do campeão Zac 108
Figura 25 - Faker , mid laner da SKT, e o movimento de retorno à base da campeã Syndra 108
Figura 26 - Bang, atirador da SKT, e o movimento de retorno à base do campeão Jhin 109
Figura 27 - Wolf, suporte da SKT, e o movimento de retorno à base da campeã Nami 109

Figura 28 - Meme do técnico da SKT, Kkoma, e o movimento da ward quando ela está prestes a sumir do mapa 110
Figura 29 - À direita a Nami em sua forma natural e à esquerda ela em sua skin “Iara Amazônica” 111
Figura 30 - À direita a Cassiopeia em sua forma natural e à esquerda ela em sua skin “Desperada” 111
Figura 31 - Tweet da Red Bull Gaming 119
Figura 32 - Tweet da plataforma de streaming Twitch 119
Figura 33 - Tweet da Razer, empresa de equipamentos gaming e patrocinadora de algumas equipes de esports 120
Figura 34 - Tweet do Co-CEO da organização americana Team Liquid 120
Figura 35 - Crianças ao redor de outra que está jogando em um arcade 127
Figura 36 - Público no estádio Ninho do Pássaro na final do Campeonato Mundial de League of Legends em 2017 128
Figura 37 - Ecossistema competitivo de League of Legends em 2019 138
Figura 38 - Maleta da Louis Vuitton junto da taça do Mundial de 2019 140
Figura 39 - Soyeon com o holograma da Akali 141
Figura 40 - Os rappers Duckwrth e Thutmose com o holograma do Ekko 141
Figura 41 - Becky G com o holograma da Qiyana em sua skin de edição prestígio desenhada pela Louis Vuitton 142
Figura 42 - Keke Palmer com o holograma da Senna 142
Figura 43 - Apresentação da música “Phoenix” 143
Figura 44 - Apresentação dos jogadores da FPX na cerimônia de abertura da final 143
Figura 45 - Apresentação dos jogadores da G2 na cerimônia de abertura da final 144
Figura 46 - Apresentação da taça do Mundial de 2019 pela IG, equipe campeã em 2018 145
Figura 47 - Apresentação dos jogadores da Damwon no primeiro dia da fase de grupos 145
Figura 48 - Jogadores da C9 cumprimentando os jogadores da Hong Kong Attitude após a partida 146
Figura 49 - Unicorns of Love cumprimentando a torcida na fase de entrada após sua vitória 146
Figura 50 - Griffin cumprimentando a torcida na fase de grupos após vencer o time da C9 147
Figura 51 - Torcida organizada da FPX liderada pela esposa do jogador Doinb 148
Figura 52 - Jogadores das equipes classificadas para as quartas de final no palco aguardando o sorteio 148

Figura 53 - Tarzan da Griffin e Rookie da IG apertando as mãos após seu confronto ser sorteado 149
Figura 54 - Jogadores da FPX levantando a taça após vencerem o Mundial de 2019 149
Figura 55 - Equipe da FPX comemorando a vitória na final 150
Figura 56 - Equipe da FPX após receber as medalhas com o prefeito de Paris e os representantes da Riot Games e do LoL Esports 150
Figura 57 - Jogadores da FPX com a “espada de croissant” 151
Figura 58 - Comissão técnica da FPX usando o adesivo com o logo da equipe 151
Figura 59 - Tian, jungler da FPX, recebendo o troféu de MVP das mãos de Nicolo Laurent 152
Figura 60 - Imagem da transição da final do Mundial de 2017 para o início do Mundial de 2019 no vídeo promocional 154
Figura 61 - Pôster oficial do Mundial de 2019 159
Figura 62 - Cenário do palco da fase de grupos do Mundial de 2019 em Berlim 159
Figura 63 - Detalhes do cenário da fase de grupos do Mundial de 2019 em Berlim 160

SUMÁRIO

1. Introdução 17
2. O League Of Legends: Entendendo Melhor a Problemática 22
2.1 O objeto de estudo 22
2.2 Justificativa 24
2.3 Procedimentos metodológicos 26
3. As Transformações do Esporte: De Rituais a Espetáculos Midiáticos 30
3.1 O esporte ritual 30
3.1.1 Jogos Olímpicos na Grécia Antiga 34
3.2 O conceito de esporte na modernidade 38
3.2.1 Jogos Olímpicos na modernidade 49
3.2.2 Jogos Olímpicos como evento cultural e midiático na Modernidade 55
4. League of Legends: O Jogo Eletrônico 67
4.1 O jogo enquanto fenômeno cultural 67
4.1.1 A evolução dos videogames: uma breve história e contextualização dos jogos eletrônicos 73
4.1.2. O League of Legends enquanto jogo eletrônico 92
4.1.3 Videogames na sociedade: entre o lúdico, o trabalho e a arte 98
5. League of Legends: O Esporte Eletrônico 116
5.1 Das competições amadoras de videogames à profissionalização do esporte eletrônico: um novo espetáculo midiático 116
5.1.1 Os conceitos de esports 117
5.1.2 Os esports e os Jogos Olímpicos 129
5.2 O cenário competitivo do League of Legends 136
5.3 As narrativas e rituais presentes no Campeonato Mundial de League of Legends 139
5.3.1 A cerimônia de abertura da final 139
5.3.2 Os rituais esportivos no Mundial de 2019 144
5.3.3 O mito do herói 152
5.3.4 Outras narrativas do Campeonato Mundial de 2019 156
5.4 O potencial das identidades culturais e da cultura participativa nas competições de esports 157
6. Considerações Finais 162

Referências 168
ANEXO A - Vídeos do Mundial 2019 de LoL Utilizados na Pesquisa 181
ANEXO B - Letra da Música "Majesty" de Apashe feat. Wasiu (Versão em Inglês) 182
ANEXO C - Letra da Música "Majesty" de Apashe feat. Wasiu (Versão em Português) 184
Eu sou a merda, uso seu trono como meu vaso sanitário 184
ANEXO D - Letra da Música "*Phoenix*" performada por Cailin Russo e Chrissy Constanza (Versão em Inglês) 186
ANEXO E - Letra da Música "*Phoenix*" performada por Cailin Russo e Chrissy Constanza (Versão em Português) 188

1. Introdução

No campo da Comunicação, a cultura é um conceito que pode ser compreendido como flexível, dinâmico e em constante transformação. Partindo desse pressuposto, essas características afetam, por consequência, a sociedade humana e suas práticas e valores, já que uma não pode existir sem a outra. Não há um limite de tempo para essas mudanças, mas graças ao desenvolvimento tecnológico digital e ao processo da globalização, que distorcem a noção de espaço e tempo, a sensação que nos é conferida é de que elas têm acontecido de forma cada vez mais rápida, fomentando um período inconstante que exige cada vez mais dos indivíduos a capacidade de se adaptar a esses cenários.

As sociedades ancestrais, diferente do contexto contemporâneo onde o capitalismo é tecnocrata e recompensa os bons desempenhos, existiam em torno dos mitos, que projetam a subjetividade na natureza. Nesse sentido, não é possível identificarmos nelas o conceito de esporte que conhecemos hoje em dia. Ali não havia a prática esportiva de alta performance que busca as medalhas e os esportes, que existe pela e na competitividade. Um exemplo disso são os Jogos Olímpicos da Antiguidade na Grécia Antiga, onde apesar das atividades físicas e da competição, eram eventos ritualísticos e sagrados onde o esporte era parte do princípio formativo do cidadão grego, que buscava nele a harmonia idealizada entre mente e corpo.

Por outro lado, os esportes modernos tradicionais são caracterizados pelo secularismo, pela igualdade, pela especialização, pela racionalização, pela burocracia, pela quantificação e pelos recordes, segundo Guttmann (2004). Eles também podem ser divididos em três grandes categorias, de acordo com Tubino (1999): o esporte-educação, o esporte-participação e o esporte-performance. Já as modalidades esportivas existentes na sociedade contemporânea são inúmeras, mas se sobressaem aquelas que souberam transformar-se em grandes espetáculos transmitidos ao mundo todo, como o futebol, o futebol americano, o basquete e o tênis, por exemplo.

Contudo, como mencionado anteriormente, a cultura não é um elemento rígido e sim mutável. Com isso, atualmente é possível observar um novo fenômeno cultural que tem se destacado tanto por sua popularidade quanto por sua controvérsia: os *esports*, ou esportes eletrônicos. E não se pode compreendê-los sem antes compreender os jogos eletrônicos (ou digitais) e seu contexto na sociedade porque os *esports* são, basicamente, a prática

profissional de jogar videogames no âmbito competitivo - e essa é a sua maior problemática tanto no âmbito acadêmico quanto no senso comum, pois não é tão comum ou lógico relacionar a atividade de jogar videogames com a atividade esportiva de alta performance.

No cenário contemporâneo o crescimento da indústria de games têm sido exponencial. Mesmo não tendo o mesmo impacto de uma mídia tradicional como a televisão, eles movimentam bilhões no mercado do entretenimento. Além disso, os jogos eletrônicos têm tido um papel importante na sociedade enquanto meios de comunicação que proporcionam de forma inédita a interação entre sujeito e máquina, de modo que o jogador tem agência sobre o jogo, interferindo em suas narrativas e rumos da mesma maneira que a plataforma eletrônica ou digital.

Não se sabe dizer ao certo qual foi o primeiro videogame inventado na história. O que se pode inferir, segundo Anthropy (2012) é que ele certamente foi inspirado em práticas folclóricas da civilização humana como pega-pega, esconde-esconde, xadrez, pingue-pongue, jogo da velha, jogos de cartas e diversos esportes. Assim, um dos primeiros jogos de caráter *multiplayer* (quando mais de uma pessoa pode jogar ao mesmo tempo) surgiu em 1958. Chamado de Tennis For Two, ele foi projetado pelo físico americano William Higinbotham com a ajuda de Robert V. Dvorak no computador analógico Donner modelo 30. Entretanto, a primeira competição de videogame registrada na história ocorreu em Outubro de 1972 na Universidade de Stanford. Chamada de Olimpíada Intergalática de *Spacewar*, ela foi organizada pelo Laboratório de Inteligência Artificial da própria universidade, que contou com vinte e quatro competidores e como prêmio uma assinatura anual da revista Rolling Stone. Nessa época, os jogos ainda eram mais restritos aos ambientes universitários, pois exigiam plataformas tecnológicas que ainda não estavam presentes no cotidiano da sociedade. Posteriormente, em 1980, o Space Invaders foi o primeiro jogo de arcade (ou fliperama) eletrônico a ser convertido para o console Atari 2600. Mais tarde, no mesmo ano, a Atari organizou o Space Invaders Championship, considerado o primeiro campeonato de esporte eletrônico em larga escala.

Já nas duas décadas seguintes foram criados mais torneios, envolvendo grandes desenvolvedoras de jogos. Em 1990, a Nintendo criou o Nintendo World Championships - que no futuro viria a ser uma série de competições de jogos eletrônicos. A primeira edição fazia parte do evento Nintendo Power Fest, criado para promover seus produtos nos Estados Unidos. Poucos anos depois, em 1994 a SEGA, sua corrente, criou o seu campeonato mundial como uma campanha publicitária para o lançamento do novo jogo do

Sonic na época. O anúncio inicial foi um artigo na revista SEGA Visions que prometia uma competição com mais de cem mil pessoas e um prêmio de vinte e cinco mil dólares. O evento, chamado de Rock The Rock, foi transmitido pela emissora americana MTV. Suas eliminatórias aconteceram nos restaurantes Hard Rock Cafe ao redor do mundo (incluindo países como Japão, França e Brasil) e a final foi sediada na ilha da prisão de Alcatraz, também conhecida popularmente como “The Rock”.

Com o desenvolvimento tecnológico, foi possível fazer com que esses torneios fossem mais oportunos para as massas, dando início à sua popularidade. Tal crescimento teve o seu *boom* em 2010, quando o total de 10 campeonatos aumentou para cerca de 160, devido à internet, que praticamente extinguiu as limitações físicas e geográficas para os jogadores e entusiastas dos *esports*, e facilitou a realização desses eventos.

Além disso, algumas emissoras pelo mundo todo começaram a se interessar por esse assunto, até antes mesmo desse período de grande ascensão. A cobertura mais bem estabelecida se deu na Coréia do Sul, onde foram criados dois canais dedicados 24 horas aos esportes eletrônicos em 2000: o Ongamenet (que se tornou OGN nos dias de hoje) e a LOOK TV (que posteriormente se tornou MBC Game e foi descontinuada em 2012). No seu início, eles transmitiam campeonatos de StarCraft e Warcraft III. Já ao redor do mundo acontecia uma cobertura mais esporádica. Nos Estados Unidos, em 2002, foi criado o G4TV, um canal pago especializado na cobertura do universo dos jogos, tendo a princípio programas de entretenimento e análises sobre os mesmos. O canal foi descontinuado em 2014. Já em 2005, foi lançado um reality show fruto do esforço em conjunto da ESPN com a EA SPORTS chamado de Madden Nation, para que os espectadores pudessem se familiarizar com o universo do jogo Madden NFL, que se manteve até 2008. Outro exemplo é a emissora americana CBS transmitiu cenas pré-gravadas do World Series of Video Games de 2007 realizado em Louisville, Kentucky. Na Alemanha, a GIGA Televison passou a cobrir *esports* de 2005 a 2009, ano de seu encerramento. No Reino Unido, o canal de satélite XLEAGUE.TV transmitiu competições de 2007 a 2009. Na França, o canal Game One, criado em 1998, tinha uma grade com conteúdos relacionados aos jogos e também transmitia partidas de *esports* num show chamado “Arena Online” para o Xfire Trophy. Atualmente, no Brasil o canal pago SporTV transmite ao vivo partidas do Campeonato Brasileiro de League of Legends (CBLoL) e da ESL Pro League, torneio internacional de CS:GO.

Nesse contexto, foi possível ver como é praticamente impossível refletir sobre os esportes eletrônicos sem antes compreender os esportes tradicionais e os videogames. Desse modo, o presente trabalho tem como intuito analisar a questão da legitimação dos *esports* na sociedade contemporânea, suas narrativas e suas relações com a mídia e cultura, observando como o lúdico, a arte e o trabalho tornam esse fenômeno complexo e controverso. Tal objetivo também busca fomentar essas discussões tanto no ambiente acadêmico quanto na comunidade dos *esports* e servir de contribuição teórica para o campo da Comunicação e todos os profissionais que estudam de algum modo essa problemática. Com isso propõe-se um estudo exploratório sobre o assunto por meio do estudo de caso do jogo e esporte eletrônico, League of Legends, e da análise bibliográfica de diversas áreas do conhecimento como a própria Comunicação, Educação Física, Sociologia, Filosofia e Antropologia Cultural.

Assim, o segundo capítulo irá estabelecer primeiramente a problemática e sua contextualização, apresentando a justificativa para essa pesquisa e seus procedimentos metodológicos.

Em seguida, o terceiro capítulo apresentará as transformações do esporte em nossa sociedade, começando com a história dos esportes rituais até chegar nos esportes modernos tradicionais. Para efeito de comparação, ele terá como foco os Jogos Olímpicos da Antiguidade e os Jogos Olímpicos da modernidade. Com isso, o objetivo é demonstrar como ao longo do tempo, por causa de aspectos como a globalização, o capitalismo e o desenvolvimento tecnológico, tanto esses eventos quanto os próprios esportes transformaram-se em espetáculos midiáticos. Ao mesmo tempo, ele também tentará identificar como os rituais podem ser retomados nesse contexto contemporâneo espetacularizado, dando significado maior a essas práticas.

No quarto capítulo iremos adentrar o referente objeto de estudo. Desse modo, ele será divido em cinco tópicos para poder compreender de maneira ampla o caráter híbrido do League of Legends. O primeiro tópico buscará discutir o jogo - nos seus sentidos mais primitivos - enquanto fenômeno ritual; o segundo apresentará a história e a evolução dos videogames enquanto mídia audiovisual e produto do cultural; o terceiro irá introduzir o League of Legends enquanto jogo eletrônico, de modo a estabelecer o objeto para as análises seguintes do estudo de caso; o quarto refletirá sobre como o aspecto lúdico, o trabalho e a arte se relacionam e interferem na legitimação dos videogames na sociedade contemporânea; e, por fim, o último irá tratar do League of Legends enquanto *esports*,

primeiramente refletindo sobre os conceitos que abarcam esse fenômeno para, enfim, analisar as narrativas, os rituais e os mitos presentes em seus eventos competitivos internacionais, não deixando de lado todas as discussões apresentadas anteriormente sobre os esportes tradicionais e os videogames, que servirão de base para uma análise mais ampla de sua problemática.

2. O League Of Legends: Entendendo Melhor a Problemática

2.1 O objeto de estudo

O objeto de estudo central deste projeto é o jogo para computador League of Legend*s* enquanto *esport*, ou esporte eletrônico, e suas relações com a mídia e a cultura na sociedade contemporânea. Para isso, essas interações serão analisadas em três instâncias:

a) primeiramente, antes de se aprofundar no contexto dos *esports*, é importante compreender as transformações do esporte ao longo do tempo. Com isso, o terceiro capítulo será dedicado a observar tal fenômeno desde os tempos da Antiguidade, onde ele era acima de tudo um ritual cultural de diferentes povos, até a modernidade, onde a prática esportiva pode ser educativa, recreativa ou de alta performance - nesta, ela se caracteriza menos como uma cerimônia ritualística e mais como um espetáculo midiático. Nesse âmbito, a análise levará em conta especialmente os Jogos Olímpicos tanto no formato da Grécia Antiga quanto no da atualidade;

b) em seguida, será discutida a questão dos *esports* enquanto uma nova modalidade de esporte competitivo. Assim, a intenção no quarto capítulo é observar e comparar as semelhanças e diferenças entre as modalidades eletrônica e tradicional, bem como seus eventos competitivos, uma vez que a primeira, diferentemente da segunda, parte da prática de jogar videogames profissionalmente. Aqui o trabalho irá focar em um esporte eletrônico específico, que no caso será o League of Legends, para uma análise mais profunda, buscando identificar seus próprios rituais e mitos, além de buscar compreender o caráter transmidiático do mesmo, pois as narrativas do League of Legends enquanto jogo e esporte eletrônico se entrelaçam e se misturam em diversos tipos de mídia, seja no próprio jogo ou nas competições, seja em videoclipes e músicas. Desse modo, os materiais observados serão o próprio jogo, as transmissões oficiais do Campeonato Mundial de 2019, videoclipe e letra da música “Phoenix”, lançada para promover o Mundial nesse mesmo ano e a letra da música “Majesty” do Apashe feat. Wasiu junto ao vídeo introdutório da fase de grupos do Mundial de 2019 onde ela é utilizada;

c) junto à instância interior também serão feitas reflexões sobre o jogo enquanto fenômeno cultural, e como ele se apresenta na sociedade em diversas formas, desde os tempos mais antigos. Essa questão é relevante, pois o jogo é um conceito que é intrínseco tanto aos esportes quanto aos videogames.

A escolha por esse objeto de estudo se deu não só pelo interesse no caráter ambíguo de jogo e esporte eletrônico do League of Legends (LoL), mas também pela grande carga de arquétipos e estereótipos que o mundo dos videogames possui. Além disso, apesar de ser um fenômeno cultural recente, os *esports* têm crescido a cada ano, tendo uma visibilidade notável devido aos seus índices de audiência e potencial mercadológico. No Brasil, o LoL é um dos esportes eletrônicos mais populares, com crescimento significativo desde a abertura do servidor brasileiro em 2013. Tal crescimento indica as relações do mesmo com a mídia e a cultura, bem como exige uma maior profissionalização do meio.

Já os três aspectos escolhidos justificam-se pelo debate dos *esports* serem considerados ou não um tipo de esporte na contemporaneidade, pela questão dos jogos serem um fenômeno cultural, assim como os esportes, seja na sua forma ritualística ou espetacular, pelo caráter transmidiático intrínseco dos esportes eletrônicos e pela popularização do League of Legends no Brasil e no mundo. Neste âmbito, o trabalho busca analisar a transformação do esporte desde os tempos da Antiguidade, onde ele se aproximava muito mais de práticas ritualísticas, até a atualidade, levando em conta os conceitos sobre esporte de Guttmann (2004), Rubio (2017) e Tubino (1999), e sobre *esports* de Wagner (2006), Taylor (2012), Witkowski (2009, 2012a, 2012b), Hamari & Sjöblom (2017), Freeman e Wohn (2017), Arnaud (2009).

Além disso, o contexto de uma modernidade globalizada reforça a necessidade de um estudo mais aprofundado da relação dos *esports* com a mídia e com a cultura, levando em conta principalmente os conceito de Indústria Cultural de Adorno e Horkheimer (2002), das indústrias criativas de Martel (2013), da sociedade do espetáculo de Debord (1997), do capitalismo artista de Lipovetsky e Serroy (2015), da modernidade líquida de Bauman (2001), das poéticas tecnológicas de Machado (2001, 2005), de modernidade e mediação técnica de Latour (1994), de ciberespaço e cibercultura de Lévy (1999) e da cultura participativa e transmidiática de Jenkins (2007, 2009), bem como dos conceitos de jogo de Huizinga (1995), Caillois (1990), Sutton-Smith (2001), Wittgenstein (1999), Fink (1994) e Brougère (1998); e de videogames de Gasi (2013), Anthropy (2012) e Varella (2020a, 2020b).

2.2 Justificativa

Numa perspectiva mercadológica, os jogos eletrônicos têm se popularizado no mercado da indústria cultural, atingindo principalmente adolescentes e jovens adultos. Nesse contexto, assim como no caso do cinema explorado por Benjamin (2000), eles são uma reprodução técnica que foi se aprimorando e se sofisticando ao longo dos séculos devido ao desenvolvimento tecnológico constante e cada vez mais acelerado até ganhar nos dias de hoje uma espécie de autonomia aos recursos proprietários e exclusivos da indústria, na medida em que sua reprodução técnica digital independe de recursos, bastando um único indivíduo que domine o relativamente simples instrumental necessário para transpor um game (BELLO, 2016).

Mesmo não tendo o mesmo impacto de uma mídia tradicional como a televisão, eles movimentam bilhões no mercado do entretenimento. Segundo a pesquisa anual da Newzoo[1], estima-se que mais de 2.7 bilhões de consumidores gastem cerca de 159.3 bilhões de dólares em jogos em 2020, um aumento de mais de 9.3 % comparado ao ano anterior. Os grandes responsáveis por esse valor são os jogos *mobile*, principalmente por conta do cenário da pandemia mundial causada pela COVID-19. A vantagem deles sobre os jogos de console e para PC se dá por três principais razões: eles são uma plataforma com poucas barreiras de inserção, já que mais de dois quintos da população mundial possui pelo menos um *smartphone*;

Em relação aos jogos eletrônicos para PC, que é o caso do League of Legends, dados da pesquisa do ano de 2018[2] indicam que é esperado que o engajamento com esse gênero continue a crescer, chegando a gerar 32.3 bilhões de dólares em 2021, principalmente por conta dos *esports*, estima-se que apenas parte desse valor será traduzido em receitas mais altas, pois se acredita que muitos dos títulos mais populares já tenham chegado ao seu ápice de monetização. Quanto ao ano de 2020, os dados indicam que esse nicho, conduzido por 1.3 bilhão de jogadores, deve alcançar 36.9 bilhões de dólares.

No âmbito acadêmico, apesar de serem um fenômeno relativamente recente, é importante refletir sobre os *esports* e o League of Legends por uma perspectiva da

---

[1] Disponível em: <https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-games-market-numbers-revenues-and-audience-2020-2023/> Acesso em: 15 jul. de 2020.

[2] Disponível em: <https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-137-9-billion-in-2018-mobile-games-take-half/> Acesso em: 18 jul. de 2018.

comunicação, já que eles próprios são, antes de tudo, videogames e, portanto, um meio de comunicação de massa e produto cultural. Em segundo lugar, o aspecto de esporte eletrônico desses jogos interfere nas questões culturais e ritualísticas do esporte tradicional, bem como é acrescentado ao caráter transmidiático do LoL, dividindo e compartilhando suas narrativas em diferentes mídias como o videogame em si, músicas, videoclipes, histórias em quadrinhos e os eventos competitivos.

Além disso, a relação do ser humano com os jogos e o esporte é histórica. Segundo Huizinga (1995), o jogo - esse de natureza física ou biológica, que tanto crianças quanto animais compartilham - é um fato mais antigo que a cultura, pois ela pressupõe sempre a sociedade humana mesmo em suas definições menos rigorosas. Mas o jogo também pode ser encontrado junto à cultura, ainda que sendo um dado existente antes da mesma, acompanhando-a e a marcando desde as mais distantes origens até a fase da civilização onde nos encontramos atualmente. Complementando esse pensamento, Caillois (1990) afirma que o jogo não é aprendizagem para o trabalho, apenas antecipa aparentemente as atividades do adulto, isto é, ele não prepara para uma profissão definida, mas introduz o indivíduo na vida, aumentando as suas capacidades de ultrapassar obstáculos ou para fazer face às adversidades. O autor ainda pontua que uma característica do jogo é não criar nenhuma riqueza, nenhum valor, e por isso se diferencia da arte, do trabalho.

Já a prática de esportes pode ser identificada desde os tempos ancestrais, porém de forma bem diferente da qual conhecemos atualmente, uma vez que ela fazia parte de cerimônias ritualísticas, tendo significado sagrado para seus respectivos povos. Para muitas dessas culturas não existe um termo que corresponda ao conceito de esporte que conhecemos nos dias de hoje. No entanto, um marco histórico importante na sociedade ocidental é o período da Grécia Antiga, quando foram criados os Jogos Olímpicos da Antiguidade. Nesse contexto, o esporte fazia parte da formação do cidadão grego e também continha caráter sagrado.

Ao longo do tempo, então, a prática esportiva foi se transformando e se ressignificando. Atualmente compreendemos que o esporte moderno pode tanto ser de cunho educativo quanto recreativo e de alta performance, abrangendo diversas modalidades, sendo algumas mais populares que outras. Contudo, os jogos eletrônicos além de poderem ser tidos como formas de representação da sociedade e do indivíduo, bem como de seus valores e cultura, enquanto jogos em si, atualmente é possível que possam fazê-lo também enquanto uma nova modalidade esportiva. Nesse âmbito, levando em

consideração seu significado literal de “esporte eletrônico”, esse fenômeno traz questões quanto às definições do que é ou não esporte, uma vez que videogames podem passar de jogos de lazer para uma atividade profissionalizada e competitiva.

Sendo assim, faz sentido analisar as relações do League of Legends com a cultura e as mídias em que está inserido tanto no sentido do jogo quanto do esporte eletrônico, bem como seus ritos e mitos, tendo em vista a prática esportiva tradicional como parâmetro comparativo.

2.3 Procedimentos metodológicos

O objetivo deste trabalho é identificar as narrativas e rituais que fazem parte do cenário competitivo internacional do League of Legends, considerando a questão dos esportes eletrônicos serem ou não uma modalidade esportiva legítima na atualidade. Pretende-se, assim, buscar uma maior compreensão do assunto, bem como fornecer reflexões e conexões teóricas multidisciplinares entre os conceitos de esporte, jogo e videogames que cercam o objeto de estudo, levando em conta as áreas da Educação Física, Comunicação, Antropologia Cultural, Filosofia e Sociologia, com o intuito de fomentar e enriquecer a bibliografia e as discussões relacionadas aos esportes eletrônicos e ao campo das narrativas.

Desse modo, em função dos objetivos ilustrados, a presente dissertação será uma pesquisa exploratória, um tipo de estudo utilizado quando se busca mais conhecimento sobre o fenômeno a ser analisado para que se haja familiarização e maior compreensão sobre o assunto para diversificar as problemáticas e identificar hipóteses que podem ser desenvolvidas em pesquisas futuras (SELLTIZ; WRIGHTSMAN; COOK, 1975), apresentando menor rigidez no planejamento, fazendo com que haja a flexibilidade necessária para estudar temas pouco explorados e/ou que ainda estejam tomando forma na sociedade durante o período de investigação. Conforme salienta Triviños (1987, p. 109), “os estudos exploratórios permitem ao investigador aumentar sua experiência em torno de determinado problema”. Corroborando com esse argumento, Neuman (1997) observa que esses estudos são normalmente aplicados para se investigar um novo tema de pesquisa, podendo, em muitos casos, apresentar-se como primeiro estágio de um conjunto de etapas do estudo. De modo semelhante, Leite (2008) entende que esse tipo de pesquisa possui

grande valor para explorar fenômenos recentes ou inéditos e pode servir de base a outras pesquisas subsequentes quando o tema possui uma bibliografia escassa, como é o caso do objeto desta dissertação. Else Lemos (2016) ainda explica que esse modelo desempenha um papel importante no campo da Comunicação, já que esta é uma área do conhecimento empírica baseadas nas experiências de observação dos fenômenos.

Os tipos de pesquisa científica podem seguir três caminhos possíveis: a) de natureza quantitativa; b) de natureza qualitativa; c) de ambas naturezas. Para que se possa examinar o fenômeno cultural dos esportes eletrônicos de maneira a compreender seu estado e suas manifestações na sociedade atual, decide-se apenas por uma abordagem qualitativa. Nesse âmbito, Gil (1999) e Silva (2014) esclarecem que não há uma preocupação com medidas, quantificações ou técnicas estatísticas de qualquer natureza, pois "busca-se compreender, com base em dados qualificáveis, a realidade de determinados fenômenos, a partir da percepção dos diversos atores sociais" (SILVA, 2014, p. 20).

> Pesquisas que se apoiam em números correm o risco de se firmarem na exatidão fria da falta de contexto. Ao contrário, o método qualitativo que se baseia em objetivos classificatórios utiliza de maneira mais adequada os valores culturais e a capacidade de reflexão do indivíduo. A investigação realizada sob este prisma não peca por desconsiderar as causas e inter-relações sutis que possam permear-se entre a análise e as conclusões, desconsiderações essas que podem distorcer verdades entre o meio e o fim" (LEITE, 2008, p. 100).

O modelo adotado normalmente é composto pela pesquisa bibliográfica e pelo estudo de caso. Yin (2001, p. 31) aconselha que o segundo seja adotado para examinar "um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos", assim é possível compreender as intersecções entre o respectivo fenômeno e o contexto, complementa André Lemos (2016). Nessas circunstâncias, o League of Legends enquanto jogo e esporte eletrônico se encaixa nas definições apresentadas, uma vez que, apesar das competições de videogames terem suas origens junto ao surgimento dos mesmos, apenas recentemente essa prática veio a ser conhecida como *esport*, cujos torneios tornaram-se grande espetáculos lucrativos, tanto para os realizadores quanto para os participantes.

Para a realização desse estudo de caso serão adotadas a pesquisa bibliográfica e a análise de documentos. De acordo com Oliveira (2011), a análise documental é amplamente empregada em pesquisas puramente teóricas ou quando o recorte principal é o estudo de

caso. Nesta pesquisa serão adotadas como fonte: a) conteúdos de imprensa; b) estudos sobre esportes, sobre jogo, sobre jogos eletrônicos e sobre *esports*; c) transmissões do Campeonato Mundial de League of Legends em 2019; d) videoclipe e letra da música tema do Mundial de 2019 "*Phoenix*"; e) vídeo introdutório da fase de grupos do Mundial de 2019 e música de fundo "Majesty"; f) tabelas e gráficos relacionados à participação da mídia na receita dos Jogos Olímpicos; g) estatísticas sobre a audiência dos campeonatos internacionais de League of Legends.

> A pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa bibliográfica. Apenas há que se considerar que o primeiro passo consiste na exploração das fontes documentais, que são em grande número. Existem, de um lado, os documentos de primeira mão, que não receberam qualquer tratamento analítico, tais como: documentos oficiais, reportagens de jornal, cartas, contratos, diários, filmes, fotografias, gravações etc. De outro lado, existem os documentos de segunda mão, que de alguma forma já foram analisados, tais como: relatórios de pesquisa, relatórios de empresas, tabelas estatísticas etc. (GIL, 1999, p. 61).

Além disso, o uso da pesquisa documental em relação ao objeto escolhido proporcionará que sejam usufruídas as quatro principais vantagens apontadas por Gil (1999, p. 154), que são: a) possibilitar o conhecimento do passado; b) possibilitar a investigação dos processos de mudança social e cultural; c) permitir a obtenção de dados com menor custo; d) e favorece a obtenção de dados sem o constrangimento dos sujeitos.

Por fim, para uma análise e compreensão mais profunda do tema proposto, será utilizada a técnica de triangulação de dados proposta por Yin (2001).

> O uso de várias fontes de evidências nos estudos de caso permite que o pesquisador dedique-se a uma ampla diversidade de questões históricas, comportamentais e de atitudes. A vantagem mais importante, no entanto, é o desenvolvimento de *linhas convergentes de investigação* (...). Assim, qualquer descoberta ou conclusão em um estudo de caso provavelmente será muito mais convincente e acurada se se basear em várias fontes distintas de informação, obedecendo a um estilo corroborativo de pesquisa (YIN, 2001, p. 121).

Assim, a estruturação dos dados obtidos será dividida em três grandes grupos por critério de conveniência à pesquisa: em primeiro lugar será feita a contextualização do

esporte ritual ao esporte moderno, com foco nos Jogos Olímpicos da Antiguidade e nos Jogos Olímpicos modernos para que seja possível fazer uma comparação mais justa entre os eventos; em segundo lugar serão analisados os significados do jogo enquanto fenômeno cultural, de modo a cobrir desde o jogo em sua essência mais primitiva até os videogames na atualidade; e por último serão discutidas as questões dos esportes eletrônicos na sociedade contemporânea e sua relação com os dois aspectos anteriores.

3. As Transformações do Esporte: De Rituais a Espetáculos Midiáticos

O esporte é uma prática ligada aos mitos e rituais há muitos séculos. No contexto do Ocidente, a Grécia Antiga é um importante referencial quando se reflete sobre esse assunto, especialmente pela criação dos Jogos Olímpicos da Antiguidade, que ocorreram por volta de 776 a.C. O evento era tido como uma forma de homenagear Zeus, deus do trovão e rei dos deuses. Ao longo dos séculos, os significados das práticas esportivas foram se transformando, uma vez que as suas relações com a sociedade também se alteravam. Desse modo, este capítulo pretende discutir as transformações dos significados do esporte, tendo em vista os cenários da Antiguidade - com maior foco na Grécia Antiga - e da modernidade, observando como eles se relacionam com os mitos e rituais, tendo como principais referências sobre esses conceitos Eliade (1972), Campbell (1989), Durkheim (1996), Lévi-Strauss (2008) e Nassar e Farias (2017).

3.1 O esporte ritual

No período da Antiguidade, os Jogos Olímpicos eram mais que um agregado de competições esportivas e atletas. Guttmann (2004, p. 20) descreve-lhes como "festivais sagrados, aspectos integrais da vida religiosa dos antigos helenos[3]". Mais ainda,

> os Jogos Olímpicos eram jogos sagrados, organizados em um lugar sagrado e num festival sagrado; eles eram um ato religioso em honra à sua divindade. Aqueles que participavam o faziam para servir os deuses e os prêmios que eles recebiam vinham dos deuses… Os Jogos Olímpicos tinham suas raízes na religião[4] (DREES, 1968, p. 24).

Além disso, Guttmann (2004) descreve que o tempo era tão sagrado quanto o local onde os Jogos eram realizados. Eles ocorriam "no momento da segunda ou terceira lua cheia após o solstício de verão, e três arautos saíam para anunciar a trégua Olímpica" (2004, p. 21).

Nesse sentido, o conceito de ritual está atrelado ao caráter do sagrado. Durkheim (1996) argumenta que tudo que é considerado sagrado está relacionado à religião, à crença,

[3] Tradução livre.
[4] Tradução livre.

à mitologia e à magia na medida em que se apresenta numa realidade que remete ao sobrenatural, ao transcendental, enquanto o profano está ligado às próprias realidades naturais, normais, biológicas. Assim, entende-se por coisas sagradas não só espíritos ou deuses, mas qualquer coisa pode ser sagrada. Ambos são conceitos que necessariamente se opõem, contudo, não se dividem no caráter da racionalidade e da irracionalidade.

> As concepções religiosas têm por objeto, acima de tudo, exprimir e explicar, não o que há de excepcional e anormal nas coisas, mas, ao contrário, o que elas têm de constante e regular. Quase sempre, os deuses servem menos para explicar monstruosidades, extravagâncias, anomalias, do que a marcha habitual do universo, do movimento dos astros, do ritmo das estações, do crescimento anual da vegetação, da perpetuidade das espécies, etc. Portanto, a noção do religioso está longe de coincidir com a do extraordinário e do imprevisto (DURKHEIM, 1996, p. 10).

Em sua obra, o autor classifica os ritos em três categorias (negativos, positivos e expiatórios) e explicita que por mais bizarros ou bárbaros, os mitos e os ritos traduzem uma necessidade humana, seja individual ou social. Os cultos negativos, ou tabus, visam limitar o contato entre sagrado e profano, sendo uma preparação para a entrada no domínio sagrado. Os cultos positivos são cultos periódicos e são normalmente associados a festas por meio da ingestão de alimentos ou bebidas sagradas. Já os cultos expiatórios, ao contrário dos positivos, geram um sentimento de angústia, sendo marcados por injúrias e torturas ao corpo. A partir dessa classificação, é possível notar que os rituais dos Jogos Olímpicos da Antiguidade podem ser um misto entre positivos e expiatórios.

Eliade, ao definir o que é o mito, vai de encontro com as ideias de Durkheim. Para o autor, “o mito conta uma história sagrada; ele relata um acontecimento ocorrido no tempo primordial, o tempo fabuloso do “princípio”” (1972, p. 9). Pode-se dizer que ele é a narrativa de uma criação que se situa os rituais e ritos de uma cultura. Sendo assim, nos tempos arcaicos, os mitos eram algo vivente, tornando o mundo “transcendente” dos deuses, heróis e dos ancestrais acessível, pois o homem arcaico não aceita a irreversibilidade do tempo, já que o ritual abole o tempo profano e recupera o tempo sagrado (ELIADE, 1972). “Ora, é no mito e no culto que têm origem as grandes forças instintivas da vida civilizada: o direito e a ordem, o comércio e o lucro, a indústria e a arte, a poesia, a sabedoria e a ciência. Todas elas têm suas raízes no solo primitivo do jogo” (HUIZINGA, 1995, p. 7).

> As grandes literaturas com suas histórias da criação do mundo, do presente e do futuro, com seus protagonistas mostrados como deuses e demônios, ou apenas como frágeis seres humanos, cumprem o seu papel de compartilhar destinos e experiências, além de transmitir, de alguma forma, conhecimento e sabedoria (NASSAR.; FARIAS; POMARICO, 2019, p. 214).

Nassar e Farias (2018) complementam que os mitos fixam os modelos exemplares de todos os ritos e de todas as atividades humanas significativas.

> Os rituais são *narrativas* construídas por meio de elementos simbólicos (corporais, orais ou não orais) que são marcados pela repetição e pela *intenção retórica*. Em um primeiro enquadramento conceitual pode-se falar em narrativas da *experiência*. Estão presentes nas memórias de todas as culturas, como processos de identificação e afirmação dessas culturas e de seus integrantes. Nesse segundo enquadramento pode-se falar em memórias rituais. Essas narrativas rituais e de experiência - marcadas na memória humana - podem se caracterizar como sagradas ou profanas (NASSAR; FARIAS, 2018, p. 348).

Em outras palavras:

> Os rituais se reconstroem no contemporâneo, ganhando aura de inovação, mas de modo geral, reproduzindo aquilo que gera sentido, que ecoa na mente de modo a fazer entender e buscar as referências tradicionais, mesmo que muitas vezes expressas em novos suportes, novos *devices*/*gadgets*/dispositivos, estruturas de abrigo e que por si só não gerariam sentido não fossem amparadas por rituais que as transcendessem (FARIAS, 2019, p. 118).

De maneira semelhante, Lévi-Strauss diz que “o mito, quer seja recriado pelo sujeito ou tomado da tradição, só tira de suas fontes, individual ou coletiva (entre as quais interpenetrações e trocas se produzem constantemente), o material de imagens com que opera” (2008, p. 219). Como é apontado em sua obra, alguns veem no mito a projeção de um rito a fim de fundamentá-lo, outros tratam o rito como uma espécie de ilustração do mito. Contudo, ele ressalta que essa homologia entre ambos, que atribui a um o papel de origem e a outro o de reflexo, nem sempre é verdadeira. De acordo com o autor, mito é o que é dito, enquanto o ritual é a maneira como as coisas são ditas. Desse modo, ele reforça que para compreender a relação dialética entre o mito e o ritual é indispensável compará-los não apenas na mesma sociedade, mas também com crenças e práticas de sociedade vizinhas.

Nesse contexto, Guttmann (2004) aponta que apesar dos esportes da Grécia Antiga serem considerados os ancestrais dos esportes modernos, eles eram culturalmente mais próximos aos dos povos como Apaches e Astecas. Porém, é importante ressaltar que as culturas ancestrais raramente possuíam uma palavra para esporte, no sentido da nossa cultura moderna, em seu vocabulário (DAMM, 1970 apud GUTTMANN, 2004). Em seu livro, o autor apresenta alguns exemplos de como os "esportes" eram tidos nessas culturas.

Os Apache Jicarilla do sudoeste americano usavam o esporte em conjunto com o simbolismo solar-lunar como parte de um rito anual de fertilidade. Os índios Timbira, do Brasil, fazem uma conexão entre esporte e visão de mundo. Numa corrida composta por rituais complexos, eles se dividiam em dois grupos, onde um representava o sol e o outro a lua. Os homens participam pelo menos uma vez entre a puberdade e o casamento, correndo numa pista denominada de "A Via Láctea". O que fica claro é que a cerimônia é mais importante que vencer ou perder. Outro exemplo é de uma cultura em transição entre tribal e organização social moderna. Os Zulu, da África do Sul, percebem o jogo de futebol de uma maneira completamente diferente da visão moderna. Nas regras deles, por exemplo, o técnico pode atacar um jogador mais velho. Além disso, há um sacrifício de uma cabra na pré e na pós-temporada. Eles se concentram juntos na noite anterior à partida ao redor de uma fogueira, sem roupas e sem praticar relações sexuais. Um feiticeiro chamado "*Inyanga*" faz incisões nas juntas dos jogadores, além de dar um emético purificador a eles. Em caso de insucesso de um time, quem é substituído é o "*Inyanga*" ao invés do técnico ou jogador (GUTTMANN, 2004).

Figura 1 - Corrida de toras do povo Krahô[5]

Fonte: Michel Pellanders[6] (2018)

[5] Os Krahôs são um dos povos indígenas que fazem parte do conjunto denominado Timbira.

Assim, durante essa época, os esportes eram rituais sagrados a diferentes povos ao redor do mundo. Porém, como é sabido, ao longo do tempo, a sociedade foi se transformando, consequentemente, mudando o significado dessa prática. No caso da Grécia Antiga, além de promover uma homenagem aos deuses, o esporte era, acima de tudo, uma construção de caráter do cidadão grego, que buscava na excelência mais alta a imagem do herói. Contudo, no início da sociedade romana, o esporte passou de sagrado para profano, num processo de secularização, como indica Guttmann (2004), isto é, quando um uma modalidade com significado religioso se concentra em seus próprios elementos essenciais - jogo, exercício, competição.

3.1.1 Jogos Olímpicos na Grécia Antiga

A origem dos Jogos Olímpicos compreende diversas lendas gregas que narram suas histórias. Embora haja diferentes versões, todas remetem a uma homenagem a Zeus, deus grego do trovão e rei dos deuses. Segundo Colli (2004, p. 7), crê-se que "Cléstones de Pisa, Ítito de Elis e Licurgo de Esparta encontraram-se no vale de Olímpia - um território neutro - e estabeleceram o tratado celebrando os Jogos e a trégua entre as três cidades", que foi posteriormente estendida a todo país.

Na Grécia Antiga, a prática esportiva era intrínseca à cultura e à religião. A cultura não no sentido antropológico descritivo, sendo apenas a totalidade de manifestações e formas de vida que caracterizam um povo, mas no de princípio formativo do cidadão (Jaeger, 1995).

Durante a era arcaica, a educação dos homens buscava o desenvolvimento tanto do corpo quanto da alma, baseando-se em dois princípios: técnica (*techne*[7]) e a moral (*areté*[8]). A *areté* é o ideal educativo grego original, sendo assim, essencialmente, um atributo próprio da nobreza que reúne qualidades morais ou espirituais como a bravura, coragem, força, eloquência, destreza, respeito, prudência, e, acima de tudo, o heroísmo. Ela expressa não só a excelência do homem, como também a superioridade dos deuses gregos, ou de animais como o cavalo (Jaeger, 1995). Para isso, eram ensinadas aos meninos disciplinas

---

[6] Disponível em: <https://www.indios.org.br/pt/Povo:Krah%C3%B4> Acesso em: 8 ago. de 2020

[7] É o conjunto de conhecimentos e aptidões profissionais que eram transmitidos entre os gregos pela comunicação.

[8] *Areté* é um conceito originalmente grego que não possui um termo exato equivalente no português, sendo "virtude" a palavra com o significado mais próximo.

como ginástica, música, literatura, aritmética e gramática, pois os gregos antigos acreditavam que apenas por meio do treinamento do corpo é que a alma se desenvolvia. Assim, aqui é possível identificar a construção da figura do herói nos atletas da época, que buscavam a honra e a glória na sua trajetória. Complementando essa perspectiva, Rosina (2017) explica que, no contexto das obras de Homero, onde não há uma representação do corpo, não há consequentemente qualquer representação da alma, e vice-versa. O homem homérico era concebido como um todo formado por ambos, e não por partes. Da mesma maneira, esse conceito também era aplicado na educação masculina. Não se privilegiava o corpo sobre a alma, nem o inverso. O objetivo era a formação integral do homem.

> a educação converte-se aqui, pela primeira vez, em formação, isto é, na modelação do homem integral de acordo com um tipo fixo. A importância de um tipo desta natureza para a formação do Homem esteve sempre presente na mente dos Gregos. Esta ideia desempenha um papel decisivo em toda a cultura nobre (JAEGER, 1995, p. 45).

Um exemplo claro da importância da *areté* nesse contexto são os valores acerca dos Jogos Olímpicos da Antiguidade que pregavam uma postura ética e moral dos atletas. Catorze regras regiam rigorosamente a competição[9]:

I. O atleta devia ser cidadão livre, nem escravo, nem estrangeiro;

II. O competidor não podia ter sido punido pela Justiça, nem ter moral duvidosa;

III. No prazo legal, o atleta devia inscrever-se para o estágio no ginásio de Elis, cumprir o período de concentração, passar pelas provas de classificação e prestar o juramento;

IV. O competidor não podia se atrasar. O retardatário era eliminado da competição;

V. As mulheres casadas eram proibidas de assistirem aos Jogos ou de subirem ao Altis sob pena de serem atiradas do rochedo Typeu;

VI. Durante os treinamentos e competições, os treinadores podiam permanecer nos recintos determinados;

VII. Era proibido matar ou provocar voluntária ou involuntariamente a morte do adversário;

VIII. Era proibido perseguir fora dos limites, empurrar o adversário ou praticar um comportamento desleal;

IX. Era proibido amedrontar;

---

[9] Retirados do livro: COLLI, E. *Universo olímpico*: uma enciclopédia das olimpíadas. Curitiba, Códex, 2004, p. 8.

X. A corrupção de árbitro ou participante era punida com chicotadas;

XI. O competidor era proclamado vencedor quando seu adversário não comparecia;

XII. Era proibido rebelar-se publicamente contra as decisões dos juízes;

XIII. O competidor descontente contra uma decisão dos árbitros podia recorrer ao Senado Olímpico. Os árbitros podiam ser punidos ou sua decisão anulada se fosse considerada errada;

XIV. Qualquer um dos membros da arbitragem não podia competir.

Desse modo, Jaeger (1995) aponta que a educação desse período grego distinguia a formação do homem nobre por meio da criação de um tipo ideal intimamente coerente e claramente definido, o herói, que segundo Campbell, "é o homem da submissão autoconquistada" (1989, p. 26). Submissão essa que se refere à morte, enigma comum a todos os seres, que apenas pode ser conquistada por meio do nascimento, não do antigo, mas do novo. Assim, o herói representa o surgimento de algo novo e vivo que mantém a sobrevivência, ou contínua recorrência de renascimento, da sociedade. Com isso, sua tarefa passa a ser:

> retirar-se da cena mundana dos efeitos secundários e iniciar uma jornada pelas regiões causais da psique, onde residem efetivamente as dificuldades, para torná-las claras, erradicá-las em favor de si mesmo (isto é, combater os demônios infantis de sua cultura local) e penetrar no domínio da experiência e da assimilação, diretas e sem distorções, daquilo que C. G. Jung denominou "imagens arquetípicas" (CAMPBELL, 1989, p. 27).

Ao considerar o herói enquanto figura arquetípica, Campbell o descreve como sendo "o homem ou mulher que conseguiu vencer suas limitações históricas pessoais e locais e alcançou formas normalmente válidas, humanas" (1989, p. 28), de modo que o herói morre como homem moderno, mas renasce como homem eterno, aperfeiçoado, não específico e universal. Tal arquétipo é flexível e se adapta às diferentes concepções de homem e mundo em cada momento histórico. Rubio ressalta que esse esquema "tem um significado psicológico tanto para o indivíduo - no seu esforço em encontrar e afirmar sua personalidade - como para a sociedade - na sua necessidade análoga de estabelecer uma identidade coletiva" (2001, p. 92). A autora, assim como Villegas (1978), também denota que o culto do herói se dá não só pelas guerras, mas pelas virtudes comportadas pelo

heroísmo, que são discutidas desde os tempos pré-históricos e são recordadas e exaltadas até os tempos de hoje.

Na Grécia Antiga, então, o ideal a ser buscado pelos atletas era o do herói homérico, onde a beleza física dos guerreiros era essencial para a construção da identidade e narrativa dos personagens.

> Esta formação não é possível sem oferecer ao espírito uma imagem do homem tal como ele deve ser. A utilidade lhe é indiferente ou, pelo menos, não essencial. O que é fundamental nela é o *καλόν*, isto é, a beleza, no sentido normativo da imagem desejada, do ideal (JAEGER, 1995, p. 24).

Isso porque a nobreza se auto referenciava como *kalokagathia*, um conceito grego que significa belo e virtuoso. No âmbito do esporte, isso pode ser notado na nudez dos atletas durante os Jogos, bem como na representação de seus corpos através de pinturas e esculturas da época, que buscavam demonstrar a harmonia ideal entre o corpo e a alma, reforçando o conceito do belo masculino. Assim, há uma busca não só pela honra e pela glória, mas também pela excelência física e moral. Entende-se, então, que o esporte e os Jogos Olímpicos eram rituais da antiga cultura grega que faziam parte da formação do homem individual.

Figura 2 - Nudez dos atletas da Grécia Antiga retratada em escultura

Fonte: The Conversation[10] (2016)

[10] KINDT, J. Cheating, bribery and scandal: how the ancient Greeks did the Olympics Games. The Conversation, 2016. Disponível em: <https://theconversation.com/cheating-bribery-and-scandal-how-the-ancient-greeks-did-the-olympic-games-64048> Acesso em: 09 jun. 2019.

Com o tempo, as competições geraram grande rivalidade entre as cidades gregas, o que fez com que a Grécia Antiga começasse a entrar em decadência devido a tais conflitos. Depois, no ano de 146 a.C., por ter se tornado uma província romana, “os Jogos Olímpicos foram transformados em um mero evento, no qual os mais abastados obtinham prestígio social ou satisfaziam seu ego” (COLLI, 2004, p. 9). E em 390 d.C., o imperador romano Teodósio I, após converter-se ao cristianismo por conta de sua enfermidade, aquiesceu a todas as vontades do bispo de Milão, Dom Ambrósio, e assim aboliu todos os eventos e festivais considerados pagãos. Gradativamente eles foram desaparecendo e em 393 d.C. foi decretado o fim dos Jogos Olímpicos na Antiguidade.

3.2 O conceito de esporte na modernidade

O esporte é um fenômeno sociocultural da modernidade extremamente expressivo, capaz de reproduzir ao longo de sua história valores e padrões culturais indicadores do momento em que se passa, apresentando, assim, as múltiplas facetas da sociedade e dos indivíduos que protagonizam ou organizam os espetáculos esportivos (RUBIO, 2017).

Debord (1997) define o espetáculo como uma relação social mediatizada por imagens, sendo a falsa noção de consciência, isto é, o espetáculo serve como um agente de manipulação social e conformismo político no contexto da sociedade capitalista, embriagando os atores sociais, fazendo com que se identifiquem com as mercadorias da indústria cultural e as consumam.

Baseando-se no conceito de Debord, Kellner (2004, p. 5) declara que espetáculos são “aqueles fenômenos de cultura da mídia que representam os valores básicos da sociedade contemporânea, determinam o comportamento dos indivíduos e dramatizam suas controvérsias e lutas, tanto quanto seus modelos para solução de conflitos”, incluindo extravagâncias da mídia, eventos esportivos, fatos políticos e notícias - fenômenos submetidos à lógica do espetáculo e à compactação na era do sensacionalismo midiático, dos escândalos políticos e contestações. O autor ainda argumenta que na cultura do espetáculo os negócios comerciais têm de se extremamente interessantes para prosperarem, de modo que numa “economia de entretenimento”, negócios e diversão se fundem. “Por meio da “entretenimentização” da economia, a TV, os filmes, os parques temáticos, os

videogames, os cassinos, etc., se tornam os maiores setores da economia nacional[11]" (KELLNER, 2004. p. 6).

Nesse caso, é possível incluir os eventos esportivos também. Segundo Kellner (2004), há tempos o esporte é um dos fenômenos que fazem parte do espetáculo na sociedade do infoentretenimento como as Olimpíadas, o Super Bowl, a Copa do Mundo e os campeonatos da NBA. "Esses rituais culturais celebram os mais profundos valores da sociedade (por exemplo, a competição, a vitória, o sucesso e o dinheiro), e as empresas estão dispostas a investir grandes verbas para terem seus produtos associados a esses eventos" (KELLNER, 2004, p. 7).

Como explorado no tópico anterior, o esporte nas tribos ancestrais e na Grécia Antiga, em sua era arcaica, era um ritual sagrado que representava os valores culturais de cada povo. Num salto temporal, neste tópico ele será analisado no contexto da modernidade, na sociedade contemporânea, em busca dos valores culturais deste período.

Hoje, ao contrário do cenário anterior, as modalidades esportivas têm buscado cada vez mais a alta performance, o alto rendimento e a quebra de recordes, além do surgimento de setores tecnológicos voltados à otimização e melhor desenvolvimento do atleta. Não que antigamente os atletas gregos não treinassem antes das competições, ou que não houvesse nenhum tipo de prática nas tribos, mas o ritual era mais importante que os resultados em si. Essa lógica secular, por consequência, rege também as atividades físicas esporádicas, que buscam uma melhor qualidade de vida, um melhor rendimento em determinado aspecto da vida, um melhor vigor físico.

> Esportes modernos são atividades parte exercidas para seu próprio interesse, parte para outros fins, que são igualmente seculares. Nós não corremos para que a terra seja mais fértil. Nós cultivamos a terra, ou trabalhamos nas nossas fábricas e escritórios, para que possamos ter tempo de jogar[12] (GUTTMANN, 2004, p. 26).

Segundo o próprio Guttmann (2004), as principais diferenças dos esportes modernos para os ancestrais são: a) a sua característica secular; b) a igualdade tanto no sentido de que todos deveriam ter a oportunidade de competir, quanto no de que as condições de competições deveriam ser as mesmas para todos os competidores.; c) especialização; d) racionalização; e) burocratização; f) quantificação; g) recordes.

---

[11] Referindo-se à economia dos Estados Unidos.
[12] Tradução livre.

Em seu *secularismo*, os esportes modernos estão mais próximos do modelo romano que do grego, de acordo com o autor, pois os romanos não realizavam nem competições, nem festivais atléticos. Eles acreditavam no físico *fitness* para o fim ulterior da guerra, por isso os eventos que mais interessavam aos romanos eram os que envolviam lutas. Para eles, o princípio grego do desenvolvimento harmonioso entre corpo e alma, esforçando-se para atingir uma beleza corporal graciosa, era considerado afeminado, e, portanto, pejorativo. Um exemplo citado é o fundador do império romano, Augusto. Nem o seu prestígio imperial foi o suficiente para ele estabelecer os jogos "isolímpicos" baseados no modelo grego. O espetáculo característico dos romanos eram os combates entre gladiadores. Mesmo que essa prática tivesse ligações religiosas, eram aparentemente ofuscadas aos olhos da multidão já acostumada a esse cenário de pão, circo e sangue (GUTTMANN, 2014).

É relevante ressaltar que Rosina (2017) e Rubio (2017) denotam que a secularização do esporte moderno afeta diretamente os seus valores, engendrando ações como o *doping* por parte dos atletas.

No que tange a *igualdade*, esportes modernos pressupõem esse aspecto, enquanto os povos ancestrais provavelmente baseavam a participação nas filiações numa casta ou grupo de parentesco. Nesse ponto, a relação entre igualdade e conquista é vital. Uma qualidade física significava menos às práticas antigas que seus laços sociais porque esses esportes frequentemente não eram competições. Em muitos, os resultados se davam por necessidade religiosa, não habilidade atlética. Por isso não era preciso equalizar as condições entre os participantes, já que o resultado era pré-determinado pelos deuses. No contexto da Grécia Antiga, as conquistas tinham grande valor e a igualdade nas condições eram importantes, pois ali os rituais eram competitivos. Porém, de maneira nenhuma se assumia que qualquer um poderia participar das Olimpíadas. Este era um privilégio do homem, cidadão grego livre. Já no caso dos esportes romanos, até certo ponto eles seguiam os moldes gregos, aceitando a igualdade em termos de competição, mas em se tratando das lutas entre gladiadores, os romanos tinham um gosto pelo enfrentamento desigual, tendo combates entre homens e animais, ou mulheres e anões (GUTTMANN, 2004).

Outro ponto da igualdade são as questões de classes, gênero e raça. Notavelmente, ao longo da história, é possível observar como os esportes eram privilégios dos nobres, dos indivíduos com status mais importantes, praticados majoritariamente por homens, e isso não se restringia apenas à Grécia Antiga.

Sobre a questão de gênero nos Jogos Olímpicos da Antiguidade, ainda que nessa época a participação das mulheres não fosse permitida, algumas pertencentes à nobreza foram nomeadas campeãs das corridas com cavalo porque eram donas dos animais utilizados nas corridas, já que na época, os donos que eram proclamados campeões, não os jóqueis. Deve-se ressaltar também que a não participação feminina nas competições Olímpicas não significava que elas não praticavam esportes. Em Olímpia, além dos Jogos Olímpicos e outras festividades, era também realizada a Heraia, jogos desportivos destinados apenas às mulheres, nomeados em homenagem à Heraia, filha de Zeus.

Entretanto, é clara a discrepância na quantidade de mulheres que participavam desses rituais sagrados, ou lutas sangrentas na Roma Antiga. E mesmo assim, historicamente a figura feminina não era exaltada pelas mesmas características que a masculina. Guttmann (2004) explica que a exclusão baseada no sexo tem sido outro anacronismo que evita que o esporte emerja em sua forma pura. Ele cita que a primeira instalação de ginástica para as alemãs foi construída apenas em 1832, mas que a primeira competição importante aconteceu só em 1913. O preconceito contra as mulheres, segundo ele, provinha das atitudes vitorianas sobre a feminilidade de “boneca de porcelana”. Muito era dito sobre a masculinização das mulheres com relação à prática esportiva, bem como sobre o aspecto competitivo não ser natural às garotas. Liberti (2017) descreve como os medos de possivelmente afetar a capacidade fértil da mulher foram centrais para o policiamento do corpo feminino. Ao longo do século XIX, a autora relata que a diminuição das taxas de nascimento nas classes mais abastadas dos brancos junto ao crescimento da população não europeia do norte fez com que fossem criados programas de atividade física para mulheres brancas das classes altas, pois se acreditava que a atividade moderada fazia com que elas produzissem bebês mais saudáveis entre essas classes.

Figura 3 - Mosaico da Villa Romana del Casale mostrando mulheres praticando exercícios na Roma Antiga

Fonte: Clemens Franz[13] (2018)

No que tange a desigualdade racial, o último exemplo já toca levemente nas crenças sobre "raças superiores". A exclusão baseada nessa lógica é tão anormal quanto às duas anteriores, de modo que assim como tais, é claro como o racismo prejudicou o desenvolvimento do esporte moderno em diversos países. Nesse mesmo período histórico do século XIX, os negros foram rapidamente impedidos de continuarem como jockeys nos Estados Unidos, pois esta era uma ocupação de prestígio (GUTTMANN, 2004). Guttmann conta que a exclusão dos negros no baseball americano fez com que eles formassem ligas próprias, que acabaram prosperando e ascendendo novamente em 1947. No caso dos judeus, os nazistas os consideravam da mesma maneira, ele retrata a exclusão dos judeus alemães que foram impedidos de participar da Olimpíada de 1936 na Alemanha. Tanto para os judeus quanto para os negros, essa foi uma época onde, apesar do pensamento de superioridade da raça ariana, eles, mesmo em menor número, continuaram a provar o seu valor, refutando a lógica nazista. Jesse Owens foi a grande imagem dos Jogos de Berlim ao vencer quatro provas do atletismo.

Seguindo para o próximo aspecto, a *especialização* nos esportes primitivos era diferente da antiguidade clássica. Os gregos rapidamente perceberam que alguns homens tendiam mais fisicamente a correr, outros a lutar, outros a arremessar discos. Nesse contexto, a especialização levou a um determinado grau de profissionalização, no sentido em que os atletas eram remunerados oficialmente e podiam se devotar totalmente ao esporte (GUTTMANN, 2004). Porém, no Império Romano, o grau de especialização já era

[13] Disponível em: <https://www.ancientworldmagazine.com/articles/roman-girls-bikinis-mosaic-villa-romana-del-casale-sicily/> Acesso em: 12 de jun. de 2019.

menor, segundo Guttmann (2004), porque esse aspecto distorcia o desenvolvimento multifacetado dos cidadãos. Mas durante os eventos de entretenimento, ele aponta que não havia razão para pensar que os milhares que torciam por seus cocheiros preferidos em Roma não regiam com a mesma adoração que os milhões de indivíduos contemporâneos que idolatravam Pelé, Beckenbauer, Maradona, Michael Jordan, dentre outros. No âmbito dos esportes modernos, por outro lado, a especialização e a profissionalização são inevitáveis. De forma geral, Guttmann (2004) diz que a especialização é resultado do estresse moderno característico pela busca por conquistas. Ela se apresenta na forma de staff de profissionais da área da saúde, em especial, que buscam a excelência da forma física e mental dos atletas.

A *racionalização* se dá na organização lógica dos esportes. Esse é um aspecto natural mesmo às práticas competitivas ancestrais, pois esportes são, por definição, jogos - isto é, brincadeiras organizadas, formadas a partir de regras (GUTTMANN, 2004). O autor também destaca que os gregos antigos racionalizavam o esporte além desse nível. Eles produziam ciência sobre o assunto, assim como é feito nos dias de hoje. Durkheim (1996) ainda argumentava que apesar de se ter em vista o aspecto científico como racional, e, logo, a religião como sua oposição, essa era uma lógica falha, pois os mitos e os rituais não são irracionais.

A *burocratização* surge, então, por consequência da racionalização. Quem faz tais regras? Guttmann (2004) responde: uma organização burocrática. Contudo, deve-se ter cuidado em abordar esse aspecto em relação aos povos nativos à medida que eles não apresentavam nem esse tipo de organização, nem esse tipo de esporte. Por isso, ele parte sua análise dos primórdios gregos. Os atenienses e outros com suas tendências democráticas elegiam os agentes, ou os selecionavam por lote. Cada cidade grega possuía um governante de ginásio e as competições atléticas normalmente administradas por um *agonathete*[14]. Mas a origem da burocracia esportiva floresceu nos tempos romanos.

> A forma mais notável da burocracia do esporte romano era o sindicato (...) de atletas, uma organização imperial em escopo, com liderança eleita, regras detalhadas e regulamentos, requerimentos para entrada, códigos de conduta apropriada, e até o material parafernália - como certificados de adesão - que nós associamos com a administração do esporte modernos[15] (GUTTMANN, 2004, p. 45).

[14] Um agente que normalmente presidia os Jogos na Grécia.
[15] Tradução livre.

Com exceções como o baseball e o futebol americano, os grandes esportes modernos têm sua própria organização internacional que visa organizar e normatizar as regras mundiais desse determinado desporto. Ainda de acordo com Guttmann (2004), uma das principais funções da burocracia é ver que as regras e as regulações são universais, outra é facilitar uma rede de competições que geralmente progridem do âmbito nacional, ou regional, para o mundial.

A *quantificação* é outro aspecto mais típico da sociedade moderna que da ancestral. Faz parte do jogo infantil contar quantas consecutivas vezes a criança fez o movimento correto. "Se ela pode arremessar, ela pode contar. Ela *deve* contar[16]" (GUTTMANN, 2004, p. 47). As estatísticas não só fazem parte dos esportes modernos, como da sociedade moderna como um todo. O contexto atual é regado à obesidade informacional e Big Data e o desenvolvimento tanto técnico quanto tecnológico só intensifica tal realidade. Guttmann (2004) cita outra semente dos esportes romanos que floresceu no espírito dos esportes modernos, a contagem das conquistas. O fato de um esporte ser mais ou menos mensurável,indica o autor, pode refletir na popularidade da modalidade.

Os *recordes* são a combinação da compulsão quantificativa com o desejo de vencer.

> O que é um recorde no nosso senso moderno? É a abstração maravilhosa que permite a competição, não somente entre aqueles que se reúnem no campo do esporte, mas também entre eles e outros distantes no tempo e espaço[17] (GUTTMANN, 2004, p. 51).

A tabela abaixo demonstra de forma resumida as principais características do esporte em cada período histórico segundo Guttmann (2004):

Tabela 1 - As características do esporte nas várias Eras

(continua)

	Esportes Primitivos	Esportes Gregos	Esportes Romanos	Esportes Medievais	Esportes Modernos
Secularismo	Sim e Não	Sim e Não	Sim e Não	Sim e Não	Sim
Igualdade	Não	Sim e Não	Sim e Não	Não	Sim
Especialização	Não	Sim	Sim	Não	Sim
Racionalização	Não	Sim	Sim	Não	Sim

[16] Tradução livre.
[17] Tradução livre.

Tabela 1 - As características do esporte nas várias Eras

(conclusão)

	Esportes Primitivos	Esportes Gregos	Esportes Romanos	Esportes Medievais	Esportes Modernos
Burocracia	Não	Sim e Não	Sim	Não	Sim
Quantificação	Não	Não	Sim e Não	Não	Sim
Recordes	Não	Não	Não	Não	Sim

Fonte: Guttmann (2004, p. 54)

Por outra perspectiva, Tubino (1999) aponta para uma ampliação do conceito de esporte que aconteceu a partir de 1978 quando a UNESCO publicou a "Carta Internacional de Educação Física e Esporte", estabelecendo em seu primeiro artigo que a atividade física ou prática esportiva era um direito de todos, assim como a saúde. Com isso, ele descreve que o esporte moderno pode ser entendido em três manifestações:

- Esporte-educação;
- Esporte-participação;
- Esporte-performance.

O **esporte-educação**, ou esporte educacional, refere-se mais ao sentido inicial do esporte na Grécia Antiga, ou seja, esta manifestação deve servir como um processo educativo na formação dos jovens para o exercício da cidadania. Por conta deste seu caráter, ele deve ser desenvolvido na infância e na adolescência, dentro e fora da escola (TUBINO, 1999).

O **esporte-participação**, ou esporte popular, apoia-se no princípio do prazer lúdico, no lazer e na utilização construtiva do tempo livre. Ele não tem compromisso com quaisquer regras institucionais, de modo que o seu maior sentido é a participação e a sua finalidade é promover o bem-estar dos participantes. É a manifestação que mais se aproxima do jogo (TUBINO, 1999).

O **esporte-performance**, ou esporte de rendimento, ou esporte de alto nível, é a manifestação que norteou a definição de esporte por muito tempo, mas que hoje representa apenas uma parte da abrangência desse conceito. Ele é disputado obedecendo rigidamente às regras e aos códigos existentes de cada modalidade. Por isso também é considerado um tipo de esporte institucionalizado (TUBINO, 1999).

Como este trabalho tem o intuito de analisar o League of Legends enquanto esporte eletrônico profissional na sociedade contemporânea, tendo em vista os esportes tradicionais modernos e os eventos competitivos, entende-se que a manifestação tratada ao longo da dissertação é apenas a do esporte-performance.

Contudo, o rendimento não é o único, nem o mais importante elemento que distingue o esporte contemporâneo do esporte ritual. No contexto contemporâneo, a função do esporte tem uma ligação íntima com dois aspectos fundamentais da vida burguesa: i) a disciplina, pois ensina e reafirma nas massas os limites sociais como regras e deveres; ii) o *fair play*, já que o esporte torna a vitória e o fracasso triviais, socializa o insucesso e o êxito e banaliza a derrota (DAMATTA, 1994 apud RUBIO, 2001).

Além disso, enquanto na Grécia Antiga o esporte fazia parte da formação do atleta enquanto cidadão e guerreiro, na modernidade o atleta de alto rendimento é associado ao lazer e ao entretenimento, pois seus feitos são capazes de levar multidões a estádios e ginásios, em momentos de espetáculos, ou de causar dor e comoção coletiva em casos de acidentes ou mortes, segundo Rubio (2001).

No entanto, como a figura dos atletas atuais se relaciona com o arquétipo do herói?

O esporte de alto rendimento, em geral, é um espetáculo midiático que no âmbito das competições regionais ou internacionais mescla política, ideologias, culturas e sonhos. Nesse caso, Rubio (2001) discute que apesar das emoções que vividas pelas torcidas, e às vezes até mesmo nações, o que desperta grande parte do interesse do público com relação à disputa esportiva não se distingue do mistério e polêmica que envolvem o protagonista do espetáculo. Desse modo, tanto Helal (1994) quanto Rubio (2001) apontam que um fenômeno de massa como o esporte não sobrevive sem a existência da figura do ídolo, uma vez que eles levam as pessoas a se identificarem com determinada modalidade ou evento, mas mais do que a disputa, o que faz o atleta ser identificado como herói, como ídolo, é a jornada que ele atravessa, como indica Campbell (1989). O atleta enquanto figura mítica do herói representa o mortal que transcendeu sua condição e se aproximou do ideal dos deuses.

Eliade (1972) observou semelhante comoção no caso das histórias em quadrinhos, meio de comunicação que apresentava a versão moderna dos heróis mitológicos e folclóricos, especialmente no espectro dos super-heróis. A popularidade de personagens como o Super Homem e a Mulher Maravilha, por exemplo, deve-se, sobretudo, à sua dupla identidade, diz a autora, pois a camuflagem humilhante do herói cujos poderes são

ilimitados revive um tema mítico bastante conhecido. Além disso, quando tais personagens enfrentam batalhas, mudanças de conduta e até mesmo a morte, provocam reações intensas nos leitores. Rubio (2001) complementa esse pensamento ao dizer que hoje assistimos a versão televisiva desse fato.

> Transformado em espetáculo pelos meios de comunicação, o esporte, enquanto signo da sociedade contemporânea, remete à imagem do bem viver, estar bem consigo, ser vitorioso, transmitido como ideais a serem atingidos pela média da população. (...) O esporte, visto como mais um produto de consumo, precisa criar protagonistas para vender um espetáculo esperado e desejado, mais uma peça numa grande engrenagem (RUBIO, 2001, p. 103).

Aqui é possível notar o poder das narrativas, especialmente midiáticas, na construção da figura do herói, do ídolo, do craque. Atletas que conseguiram repetir seus feitos por mais de uma vez - como Ademar Ferreira da Silva, Gustavo Kuerten, Nadia Comaneci, Usain Bolt, Michael Phelps ou Yelena Isinbayeva - ganhando medalhas ou quebrando recordes têm seus impressos não só na memória dos jornalistas esportivos como também do espectador geral, o que faz como que seja preservada a sua condição de mito, diferenciando-os das estrelas, que segundo Rubio (2001), são atletas que seja por apresentarem uma boa performance em uma competição, ou pela benevolência da mídia devido à sua boa aparência ou simpatia, têm seus nomes registrados nos anais, porém, cumprida a sua trajetória, têm seu brilho apagado.

> Não é por acaso que os mitos representados no esporte são sobretudo de natureza heróica. Os feitos realizados por atletas, considerados quase sobre-humanos para grande parcela da população, somados ao tipo de vida regrada a que são submetidos contribui para que essa imagem se sedimente (RUBIO, 2001, p. 99).

“As celebridades, os heróis e estrelas estabelecem uma relação entre o real e o imaginário, porque além do mundo terreno, participam do mundo sobrenatural e dos sonhos” (CAMPOS, 2008, p. 8). Kellner (2004), de maneira semelhante, aponta que o espetáculo da mídia é nada mais que um culto à celebridade, proporcionando os principais padrões e ícones da moda, do visual e da personalidade. “No mundo do espetáculo, a celebridade representa cada segmento social relevante, desde o entretenimento até a política, os esportes e os negócios” (KELLNER, 2004, p. 7). Isso é possível principalmente

graças ao capitalismo, à globalização e ao surgimento das novas mídias digitais. Com eles o mundo ganhou porosidade (FARIAS, 2019).

Bauman (2001) define esse contexto como “modernidade líquida”, onde a sociedade é submetida à lógica capitalista do consumo e as relações sociais, econômicas e de produção são maleáveis e se dissolvem, assim como os fluidos, o que as torna mais frágeis que no período da modernidade sólida. Nesse sentido, a noção de tempo e espaço tornou-se distorcida. Em outras palavras, Baudrillard (2005, p. 129) descreve: “vídeo, tela interativa, multimídia, internet, realidade virtual: a interatividade nos ameaça de toda parte. Por tudo, mistura-se o que era separado; por tudo, a distância é abolida”.

Assim, como explica Farias (2019), as novas mídias, além de abrirem espaço para uma nova ressignificação da lógica do tempo e espaço, também criam espaço para a formação de novos heróis efêmeros. Dessa forma, os meios de comunicação de massa possuem uma capacidade única de mitificação de pessoas comuns e transformação de cidadãos em celebridades (CAMPOS, 2008). Contudo, a autora aponta que esse processo ocorre de forma artificial e industrializada, sendo os mitos da mídia modelos culturais dessacralizados, exaltados pelos meios de comunicação, tendo em comum o fato de serem mercadorias culturais, senão inteiramente criadas e difundidas pela indústria cultural.

Com isso, o esporte na sociedade atual é um dos fenômenos que se destaca na emergência de atitudes e figuras heróicas.

Também é importante ressaltar que, apesar dos esportes modernos terem se transformado em um espetáculo midiático, cada modalidade possui seus próprios rituais que são realizados pelos atletas - como o cumprimento no início e no fim na luta entre os lutadores de judô, ou a troca de flâmulas entre capitães adversários de times de futebol no início da partida; pelos árbitros - quando o juiz segura as mãos de ambos competidores e levanta o braço do boxeador campeão, ou quando ele levanta a pistola de partida antes de uma corrida começar no atletismo; e pela torcida, ao realizar uma “ola” no estádio, ou jogar presentes como buquês e bichinhos de pelúcia ao final de uma apresentação na patinação artística. Outro ritual atual importante é a execução do hino nacional, que pode se dar antes do jogo se iniciar como no caso do futebol, ou no fim durante a cerimônia do pódio quando os atletas recebem as medalhas.

3.2.1 Jogos Olímpicos na modernidade

Pierre de Frédy, comumente conhecido como Barão de Coubertin, ou Pierre de Coubertin, foi o grande responsável por idealizar o Olimpismo moderno. Entre os dias 16 e 23 de junho de 1894 em Paris, ele promoveu o Congresso Atlético Internacional com o intuito de regular o esporte amador, o evento contou com setenta e nove congressistas e quarenta e nove entidades esportivas. De Coubertin também fora responsável por instituir os princípios da restauração dos Jogos Olímpicos na Modernidade, que são (COLLI, 2004): a celebração de quatro em quatro anos, assim como na Antiguidade; a modernização do programa esportivo; rotatividade dos Jogos entre as principais cidades do mundo; exclusão das provas infantis e escolares; e a criação do Comitê Olímpico Internacional em 23 de junho de 1894.

Apesar de primeiramente planejar os primeiros Jogos em Paris, De Coubertin concordou com seu colega grego, Vikelas, que seria criada uma ligação simbólica com o passado ao sediarem os primeiros Jogos Olímpicos na Era Moderna em Atenas (GIRGINOV; PARRY, 2005). Desse modo, a partir de 1896 em Atenas, capital do país berço dos Jogos Olímpicos, é iniciado um novo ciclo da Olimpíada, baseado nos princípios do Olimpismo Moderno de Pierre de Coubertin.

A escolha pela Grécia enfatiza o valor da origem dos Jogos na Antiguidade, bem como das tradições culturais gregas que acercam esse grande evento, mesmo que alguns rituais tenham se transformado ao longo do tempo, como a premiação dos atletas campeões e o recebimento dos Jogos Olímpicos em cidades do mundo todo, diferente do cenário antigo, onde os Jogos eram apenas celebrados em Olímpia.

Por exemplo, diferente da tradição dos Jogos Olímpicos realizados na Antiguidade, em que as medalhas não faziam parte da premiação do atleta vencedor, na primeira Olimpíada da Era Moderna celebrada em Atenas, o campeão recebia um ramo de oliveiras, um diploma e uma medalha de prata na cerimônia de premiação, enquanto o segundo lugar recebia um ramo de folhas de louro, um diploma e uma medalha de bronze/cobre. Já em 1904, a Olimpíada de St. Louis, nos Estados Unidos, foi a primeira a premiar os atletas com medalhas de ouro, prata e bronze, para o primeiro, segundo e terceiro lugares respectivamente, uma tradição que perdura até os dias atuais. Mas apenas em 1960, em

Roma, que as medalhas passaram a ser projetadas para serem colocadas ao redor do pescoço dos atletas.

Figura 4 - recebendo a coroa de oliveira e fita vermelha na Grécia Antiga

Fonte: De Agostini[18] (2016)

Figura 5 - Atletas americanas com suas medalhas de ouro e esculturas em miniatura do logo dos Jogos Olímpicos Rio 2016

Fonte: Patrick Smith[19] (2016)

Hoje, além dos atletas receberem as suas respectivas medalhas Olímpicas é comum que também recebam um objeto de recordação relacionado ao evento ou à cultura da

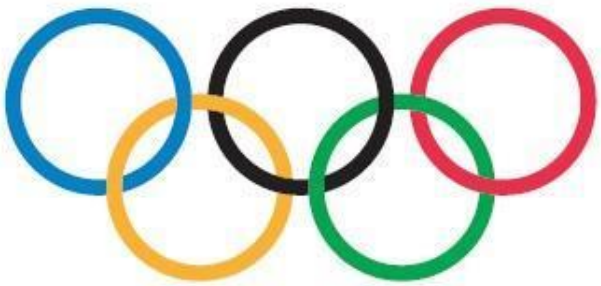
[18] Disponível em: <https://www.nationalgeographic.com/news/2016/08/olympics-olympic-games-no-longer-play-ancient-greece/#/01_greek_games.jpg> Acesso em: 12 de jun. de 2019.
[19] Disponível em: <https://www.zimbio.com/photos/Tori+Bowie/Athletics+Olympics+Day+15/iTMXVeAkR6a> Acesso em: 16 de jun. de 2016.

cidade/país sede como buquês de flores, mascotes Olímpicos de pelúcia, ou uma escultura do logo dos Jogos como no caso das Olimpíadas Rio 2016.

Outros elementos importantes na atualidade são as propriedades Olímpicas, que são: o símbolo Olímpico, a bandeira Olímpica, o hino Olímpico, a divisa Olímpica, as designações Olímpicas, os emblemas Olímpicos, a chama Olímpica e a tocha Olímpica. O COI (Comitê Olímpico Internacional) é o detentor destes elementos e pode licenciar no todo ou em partes os seus direitos.

Tais propriedades constituem a identidade e imagem das Olimpíadas e dão significado aos momentos mais importantes dos Jogos Olímpicos, como a cerimônia de abertura e encerramento. Os símbolos Olímpicos também representam os valores Olímpicos. O lema incorpora a excelência ao encorajar os atletas a darem o seu melhor, a chama simboliza a amizade por meio do revezamento da tocha, e os anéis Olímpicos representam o respeito, unindo as nações dos cinco continentes sem discriminação (MUSEU OLÍMPICO, 2007).

Figura 6 - Símbolo Olímpico



Fonte: Carta Olímpica (2012?)

Conforme a Carta Olímpica (2012?, p. 35), o símbolo Olímpico “exprime a atividade do Movimento Olímpico e representa a união dos cinco continentes e o encontro de atletas do mundo inteiro nos Jogos Olímpicos” . Em 1914, o COI adotou a bandeira Olímpica, de fundo branco e contendo os anéis Olímpicos nas cinco cores ao centro, que fora oferecida por Pierre de Coubertin no Congresso Atlético Internacional que ocorreu em Paris em 1984. Segundo ele, “esse design representa os cinco continentes do mundo, unidos pelo Olimpismo, enquanto as seis cores são aquelas que estão presentes em todas as

bandeiras do mundo até o presente momento[20]" (MUSEU OLÍMPICO, 2007, p. 3). Esta permanece até os dias de hoje.

Assim como o símbolo Olímpico, os emblemas e designações são representações visuais. Os primeiros devem se associar aos anéis Olímpicos, já os segundos devem se associar aos Jogos ou ao Movimento Olímpico de alguma forma. No caso das designações, as representações também podem ser sonoras. Por fim, a divisa Olímpica exprime os ideais do Movimento Olímpico.

No caso da chama e da tocha Olímpicas, elas resgatam traços e ritos da cultura da Grécia Antiga. O fogo, para os gregos antigos, era considerado um elemento divino, por isso, eles o mantinham queimando de forma contínua na frente de seus principais templos. Atualmente, em memória às origens dos Jogos Olímpicos, a chama Olímpica é acesa alguns meses antes da realização do evento em frente aos templos de Hera, Zeus e Hestia, em Olímpia. O seu fogo puro provém dos raios solares, para isso, ao ser acesa é utilizada a *skaphia*, um espelho côncavo que converge a luz solar em um único ponto, formando a chama Olímpica. Ela simboliza os valores positivos que o ser humano sempre associou com o fogo neste novo contexto dos Jogos.

Figura 7 - Chama Olímpica sendo acesa na Grécia

Fonte: Yannis Behrakis[21] (2016)

Elementos Olímpicos como o símbolo, a chama, a tocha, a bandeira e o hino, além de fazerem parte do espetáculo midiático também caracterizam as novas propriedades míticas do evento na modernidade que procuram resgatar parte da cultura da Grécia Antiga.

[20] Tradução livre.
[21] Disponível em: <https://www.stuff.co.nz/sport/other-sports/79163625/olympics-torch-back-up-flame-for-rio-lit-in-ancient-greek-ceremony-at-olympia> Acesso em: 14 out. de 2019

Os principais rituais Olímpicos nos dias de hoje são o acendimento da chama Olímpica, o revezamento da tocha Olímpica, o acendimento da pira Olímpica, a premiação dos atletas após o encerramento de cada competição e as cerimônias de abertura e encerramento.

Já a escolha da cidade sede dos Jogos Olímpicos se dá por meio da Sessão, a assembléia geral dos membros do COI. Conforme é dito na Carta Olímpica (2012?, p. 78):

- A Comissão Executiva do COI determina o procedimento a ser seguido até que a eleição, pela Sessão, tenha lugar. Salvo circunstâncias excepcionais, tal eleição tem lugar sete anos antes da celebração dos Jogos Olímpicos;
- O Governo Nacional do país de uma cidade requerente deve submeter ao COI um documento juridicamente vinculativo através do qual se compromete e garante que o país em questão, e as suas autoridades públicas, agirão em conformidade com a Carta Olímpica e a respeitarão;
- A eleição da cidade anfitriã tem lugar num país onde não existam cidades candidatas à organização dos Jogos Olímpicos em questão.

De forma resumida, desde Atenas em 1896, os Jogos Olímpicos foram celebrados mais de trinta vezes na Era Moderna em diversas cidades do mundo, predominantemente europeias. É de se notar que eles ainda não foram realizados no continente africano. Em 2016 foi realizada a XXXI edição no Rio de Janeiro. Esse ciclo perdurou até 2020, quando se iniciaria um novo ciclo Olímpico em Tóquio - que sediará o evento pela segunda vez. Contudo, devido à pandemia mundial causada pelo COVID-19 em 2020, os Jogos de Tóquio foram excepcionalmente adiados para 2021[22], a pedidos de atletas e federações de todo o mundo. Assim, ela tornou-se a primeira Olimpíada a ser adiada.

Tabela 2 - Edições dos Jogos Olímpicos de verão

(continua)

Ano	Edição	Local
1896	I Olimpíada	Atenas, Grécia
1990	II Olimpíada	Paris, França

[22] Período oficialmente confirmado até a finalização desta dissertação. Contudo, nenhuma data foi confirmada e devido ao contexto da pandemia mundial, ainda há a possibilidade dos Jogos de Tóquio serem adiados novamente.

Tabela 2 - Edições dos Jogos Olímpicos de verão

(continua)

Ano	Edição	Local
1904	III Olimpíada	St. Louis, EUA
1906	Jogos Extra-Oficiais[23]	Atenas, Grécia
1908	IV Olimpíada	Londres, Grã-Bretanha
1912	V Olimpíada[24]	Estocolmo, Suécia
1916	VI Olimpíada[25] - cancelada	Berlim, Alemanha
1920	VII Olimpíada	Antuérpia, Bélgica
1924	VIII Olimpíada	Paris, França
1928	IX Olimpíada	Amsterdã, Holanda
1932	X Olimpíada	Los Angeles, EUA
1936	XI Olimpíada	Berlim, Alemanha
1940	XII Olimpíada[26] - cancelada	Tóquio, Japão/Helsinque, Finlândia
1944	XIII Olimpíada[27] - cancelada	Londres, Grã-Bretanha
1948	XIV Olimpíada	Londres, Grã-Bretanha
1952	XV Olimpíada	Helsinque, Finlândia
1956	XVI Olimpíada	Melbourne, Australia
1960	XVII Olimpíada	Roma, Itália
1964	XVIII Olimpíada	Tóquio, Japão
1968	XIX Olimpíada	Cidade do México, México
1972	XX Olimpíada	Munique, Alemanha
1976	XXI Olimpíada	Montreal, Canadá

[23] Os Jogos Extra Oficiais foram a celebração da primeira e única edição dos Jogos Pan-Helênicos Olímpicos, posteriormente batizados de Jogos Olímpicos Internacionais. Meses após o seu encerramento, Pierre de Coubertin retirou qualquer vínculo do COI com esses Jogos (COLLI, 2004).
[24] Primeira Olimpíada a receber atletas vindos dos cinco continentes do mundo.
[25] A VI Olimpíada foi cancelada devido à Primeira Guerra Mundial.
[26] A XII Olimpíada foi transferida de Tóquio para Helsinque devido ao início da Segunda Guerra Mundial, porém foi finalmente cancelada após a Segunda Guerra ser iniciada.
[27] A XIII Olimpíada foi cancelada devido à Segunda Guerra Mundial.

Tabela 2 - Edições dos Jogos Olímpicos de verão

(conclusão)

Ano	Edição	Local
1980	XXII Olimpíada	Moscou, Rússia
1984	XXXIII Olimpíada	Los Angeles, EUA
1988	XXIV Olimpíada	Seul, Coréia do Sul
1992	XXV Olimpíada	Barcelona, Espanha
1996	XXVI Olimpíada	Atlanta, EUA
2000	XXVII Olimpíada	Sydney, Austrália
2004	XXVIII Olimpíada	Atenas, Grécia
2008	XXIX Olimpíada	Pequim, China
2012	XXX Olimpíada	Londres, Grã-Bretanha
2016	XXXI Olimpíada	Rio de Janeiro, Brasil
2021	XXXII Olimpíada[28]	Tóquio, Japão

Fonte: Da autora

3.2.2 Jogos Olímpicos como evento cultural e midiático na Modernidade

Pierre de Coubertin tinha a intenção de reunir esporte, arte e outras formas de expressão cultural em um grande festival de celebração para que a atenção mundial se voltasse para os ensinamentos e valores do Olimpismo que ele considerava importantes para o desenvolvimento individual e para a sociedade global. Para ele, os Jogos Olímpicos eram uma grande propaganda do esporte para a juventude mundial (GIRGINOV; PARRY, 2005).

No contexto contemporâneo, de fato, os Jogos Olímpicos se tornaram uma grande janela esportiva para os jovens. Com a inclusão de cada vez mais esportes nas competições e transmissões midiáticas mundiais, é um momento para se estar em contato com as novas

[28] O ano a ser realizado pode sofrer alterações após a conclusão do trabalho devido à COVID-19 e a criação e distribuição de vacinas contra o vírus, bem como outros fatores ligados à pandemia mundial e suas consequências socioeconômicas e políticas.

modalidades e incitar, de certo modo, a prática esportiva. Mas mais do que isso, Tomlinson e Young (2006) afirmam que os Jogos Olímpicos se tornaram uma plataforma de prestígio e orgulho nacional devido ao grande crescimento do COI e próprio evento. A importância das Olimpíadas, por conta disso, tornou-se relativamente maior para a narrativa de identidade tanto da cidade sede quanto da nação a qual ela pertence, que para o intuito educativo inicial que De Coubertin imaginava.

O COI é uma organização não governamental, autoridade suprema do Movimento Olímpico, com sede em Lausanne, na Suíça. Atualmente é composto por um presidente honorário, noventa e oito membros, trinta e nove membros honorários e um membro de honra.

Sua principal missão, segundo a Carta Olímpica (2012?, p. 29), é "promover o Olimpismo a nível mundial e dirigir o Movimento Olímpico". O Comitê também garante a celebração regular dos Jogos Olímpicos, apóia todas as organizações membro afiliadas ao Movimento Olímpico e encoraja fortemente a promoção dos valores Olímpicos.

O Olimpismo é uma filosofia de vida que combina de forma harmônica as qualidades do corpo e da mente, remetendo à crença dos gregos antigos.

> Aliando o esporte à cultura e educação, o Olimpismo procura ser criador de um estilo de vida fundado no prazer do esforço, no valor educativo do bom exemplo, na responsabilidade social e no respeito pelos princípios éticos fundamentais universais. O objetivo do Olimpismo é o de colocar o esporte ao serviço do desenvolvimento harmonioso do ser humano em vista de promover uma sociedade pacífica preocupada com a preservação da dignidade humana (COI, 2012?, p.25).

Com isso, os objetivos do COI, conforme a Carta Olímpica (2012?, p. 30), são:

- Encorajar e apoiar a promoção da ética e da boa governança, bem como a educação dos jovens por meio do esporte e orientar os seus esforços para assegurar que no esporte prevalece o espírito de *fair play* e a violência é banida;
- Encorajar e apoiar a organização, o desenvolvimento e a coordenação do esporte e das competições esportivas;
- Assegurar a celebração regular dos Jogos Olímpicos;
- Cooperar com as organizações e autoridades públicas ou privadas competentes, a fim de colocar o esporte a serviço da humanidade e de promover, assim, a paz;

- Agir para reforçar a unidade do Movimento Olímpico, proteger a sua independência e preservar a autonomia do esporte;
- Agir contra qualquer forma de discriminação que afete o Movimento Olímpico;
- Encorajar e apoiar a promoção das mulheres no esporte, a todos os níveis e em todas as estruturas, com vista à aplicação do princípio da igualdade entre homens e mulheres;
- Dirigir a luta contra o doping no esporte;
- Encorajar e apoiar medidas de proteção da saúde dos atletas;
- Opor-se ao abuso político ou comercial do esporte e dos atletas;
- Encorajar e apoiar os esforços das organizações esportivas e das autoridades públicas de forma a assegurar o futuro social e profissional dos atletas;
- Encorajar e apoiar o desenvolvimento do esporte para todos;
- Encorajar e apoiar uma preocupação responsável com as questões do meio ambiente, promover o desenvolvimento sustentável no esporte e exigir que os Jogos Olímpicos sejam organizados em conformidade;
- Promover junto às cidades e países anfitriões o legado positivo dos Jogos Olímpicos;
- Encorajar e apoiar as iniciativas que insiram o esporte na cultura e educação;
- Encorajar e apoiar as atividades da Academia Olímpica Internacional (AOI) e outras instituições que se dediquem à educação Olímpica.

Para facilitar o trabalho do Comitê em áreas específicas de atuação, existem as Comissões, ou grupos especiais. Ao todo, ele possui vinte e seis Comissões, sendo uma delas designada para as questões culturais. De acordo com o site oficial da entidade, a Comissão de Patrimônio Cultural e Olímpico deve aconselhar a Sessão do COI, o Conselho Executivo e o Presidente sobre todas as atividades do Movimento Olímpico que envolvem cultura, no sentido mais abrangente da palavra, com o intuito de promover da forma mais ampla possível os ideais Olímpicos, especialmente entre os jovens ao redor do mundo. Suas responsabilidades são:

- Ajudar a alcançar a melhor implementação possível do plano de ação cultural do COI: atividades da Fundação Olímpica para a Cultura e Patrimônio e para a Agenda Olímpica de 2020;

- Facilitar sinergias entre as diversas plataformas culturais, comunidades e corpos dentro do Movimento Olímpico: academias, museus, seções culturais dos Comitês Olímpicos Nacionais (CONs) e Comitê Organizador dos Jogos Olímpicos (COJOs), centros de pesquisas e universidades, e organizações reconhecidas, com a perspectiva de alcançar um melhor impacto geral;
- Considerar maneiras de desenvolver atividades culturais do Movimento Olímpico no futuro.

Nesse sentido, o COI tem lançado diversos programas, projetos e atividades a fim de contribuir para a conscientização sobre a importância da cultura e educação Olímpica. São os seguintes: Fórum Mundial de Educação, Cultura e Esporte; Concurso de Esporte Olímpico e Arte; Concurso de Esporte Olímpico e Literatura; Concurso de Esporte e Fotografia; Academia Olímpica Internacional; Comitê Internacional Pelo Fair Play; um acordo com a UNESCO para garantir uma complementaridade próxima entre os ideais Olímpicos e os objetivos da UNESCO nas áreas de educação física e esporte; Museu Olímpico; a Cooperação com a Solidariedade Olímpica; e a Cooperação com o Comitê Internacional Pierre de Coubertin.

Quanto à questão da arrecadação de recursos, por serem organizações não-governamentais, o COI e as organizações do Movimento Olímpico são inteiramente financiadas por iniciativas privadas. O seu fundo financeiro é proveniente principalmente da comercialização de produtos oficiais, patrocínios, licenciamento, venda de ingressos e venda de direitos de transmissão dos Jogos Olímpicos.

Desse modo, o COI gerencia a venda dos direitos de mídia dos Jogos Olímpicos, o programa de patrocínio mundial, o TOP (The Official Partners), e os programas de licenciamento e fornecimento oficiais. A renda provinda do segundo é dividida em 70% para o Comitê Organizador dos Jogos Olímpicos, 20% para os Comitês Olímpicos Nacionais e 10% para o Comitê Olímpico Internacional (COLLI, 2004).

O programa TOP está em sua nona geração atualmente e agrega catorze patrocinadores oficiais das Olimpíadas, são eles: Coca-Cola, Airbnb, Alibaba Group, Atos, Bridgestone, Dow, GE, Intel, Omega, P&G, Panasonic, Samsung, Toyota e Visa.

A tabela abaixo indica os valores gerados a partir dessa parceria com patrocinadores e da transmissão oficial pelo canal Olímpico:

Tabela 3 - Recursos do COI provenientes da Transmissão e do Programa TOP: as seis olimpíadas passadas

Recursos (em milhões de US$)	**1993-996**	**1997-2000**	**2001-2004**	**2005-2008**	**2009-2012**	**2013-2016**
Transmissão	1.251	1.845	2.232	2.570	3.850	4.157
Programa TOP	279	579	663	866	950	1.003
Total	1.530	2.424	2.895	3.436	4.800	5.160

Fonte Adaptado de COI (2020)

No que tange a transmissão dos Jogos Olímpicos, desde a edição de 2000 em Sydney eles são transmitidos globalmente. A figura abaixo demonstra os índices de audiência dos últimos três eventos, demonstrando que eles atingiram cerca de três bilhões de pessoas pela televisão, quanto aos índices de usuários únicos nas plataformas digitais, os valores variam significativamente, principalmente por conta do desenvolvimento e acesso à tecnologia e internet.

Tabela 4 - Audiência global da Transmissão dos Jogos Olímpicos nas últimas três edições

Jogos Olímpicos	**Televisão**	**Plataformas Digitais - RHB[29]**	
	Alcance da Audiência Global (em bilhões)	Usuários Digitais Únicos (bilhões)	Visualizações de Vídeos (bilhões)
Rio 2016	3.2	1.3	4.4
Londres 2012	3.6	1.2	1.9
Pequim 2008	3.5	0.4	0.7

Fonte: Adaptado de COI (2020)

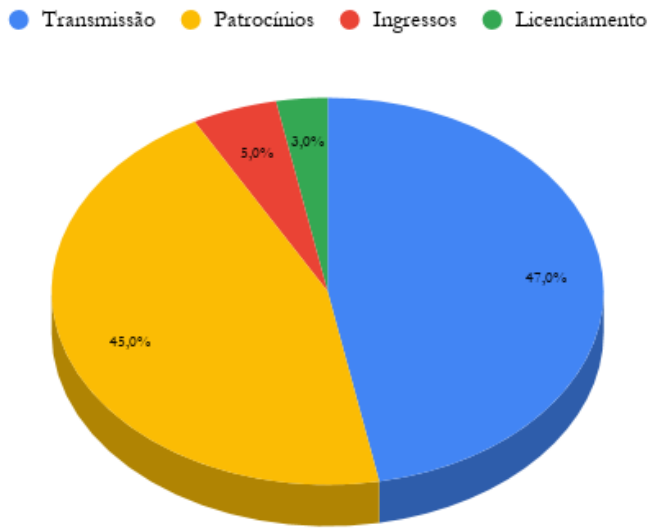
Apesar desses valores atuais, apenas em Los Angeles 1984 que o potencial valor dos Jogos Olímpicos como um veículo para patrocínio comercial se tornou claro, uma vez que após o revés político e econômico dos eventos de 1972, 1976 e 1980 essa iniciativa foi

[29] RHB = *Rights Holding Broadcasters*.

vista pela maioria dos espectadores como um grande sucesso, e, de fato, necessária para a sobrevivência dos Jogos (Moragas; Rivenburgh; Larson, 1995).

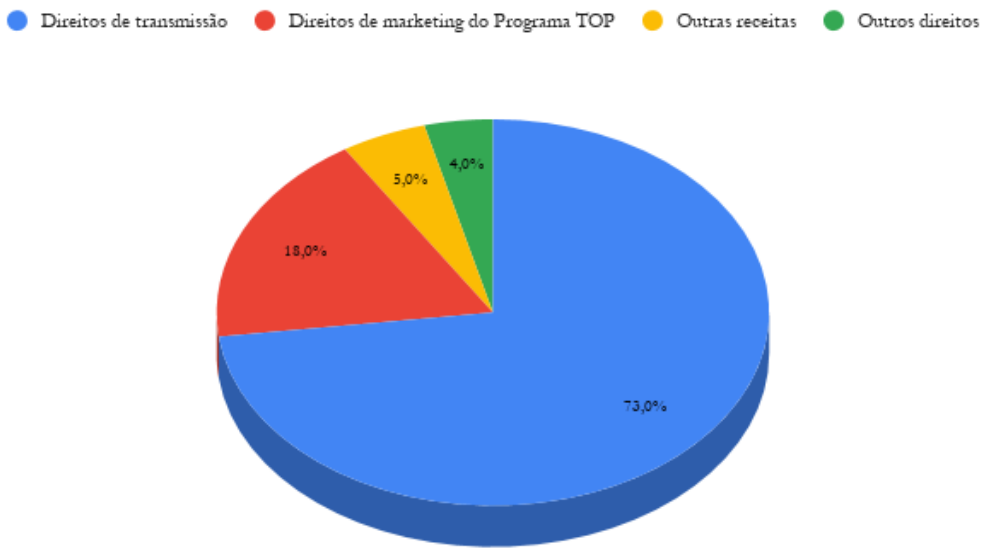
A seguir serão apresentados dois gráficos comparando a participação das Transmissões globais nas receitas do COI em dois períodos Olímpicos: até 2012 e de 2013 a 2016:

Figura 8 - Gráfico das receitas de marketing dos Jogos Olímpicos até 2012



Fonte: Adaptado de COI (2012)

Figura 9 - Gráfico das receitas do COI de 2013 a 2016



Fonte: Adaptado de COI (2020)

Aqui é relevante apontar as principais fontes de recursos do COI, pois elas corroboram com a argumentação de que o esporte e os megaeventos esportivos na contemporaneidade tornaram-se, em grande parte, produtos da mídia.

Megaeventos, descreve Garcia (2016), têm como principal propósito expor ou celebrar um tema específico e por conta de sua proporção, acontecem ocasionalmente. No caso das Olimpíadas, o tema varia de acordo com a cultura e história de cada país anfitrião do evento, tratando da estratégia política e aspirações da cidade sede. Mas ao mesmo tempo, grandes eventos como esse são moldados de acordo com as necessidades e expectativas dos *stakeholders* globais.

Lipovetsky e Serroy (2015) apontam que esse cenário atual encontra-se numa "era do hiperespetáculo", onde não há domínio que escape das lógicas extremas do espetáculo e do divertimento, da teatralização e do *show business*. Desse modo, os Jogos Olímpicos, transmitidos a bilhões de pessoas, pela maneira como são dramatizados e postos em imagens são não só megaeventos como megaespetáculos de dimensões planetárias.

Agora, no âmbito da cultura, Moragas (1992) e Garcia (2008) apontam que os Jogos Olímpicos devem ser vistos por duas perspectivas: por um lado, são um fenômeno cultural e uma oportunidade significativa de se aplicar atividades culturais junto a competições esportivas; por outro, como um evento cultural como um todo, o seu público alvo é a sua audiência, local e internacional, presencial ou não.

Além dos projetos e concursos culturais realizados pelo COI, há o programa cultural Olímpico, que é uma responsabilidade do Comitê Organizador dos Jogos Olímpicos (COJO). O Programa deve promover eventos culturais durante, pelo menos, o período que a Vila Olímpica está aberta, mas as nações normalmente os realizam durante os quatro anos da Olimpíada.

Girginov e Parry (2005) denotam que a tendência era os programas culturais apresentarem todo o tipo de arte da nação anfitriã. As edições da Cidade do México e Munique, entretanto, trouxeram artistas, companhias de dança e teatro, orquestras, e grupos musicais do mundo todo, exibindo arte e cultura de cunho internacional, ao invés de algo apenas local. Garcia (2008) explica que essas cidades em particular foram mais ambiciosas ao alinhar os programas culturais à agenda crescente de artes após a Segunda Guerra. Elas ainda buscaram abordar questões de acesso, público e inclusão. "Esse processo se tornou mais evidente nas décadas de 1980 e 1990 com o crescimento das estratégias de política

urbana cultural e iniciativas de ‘revitalização lideradas pela cultura’ em grandes eventos” (GARCIA, 2008, p. 370).

Os objetivos desse programa, segundo a sugestão de Garcia (2008), Gold e Revill (2007) e Guevara[30] (1992), são cinco: reconhecimento das capacidades artísticas e culturais da cidade; melhora da infraestrutura ou dos serviços culturais da cidade; exibição do folclore nacional e diversidade cultural do país; projeção internacional, e mudança de imagem. Eles não são exclusivos e seus graus de sugestões política, cultural, econômica e social variam de acordo com as intenções e necessidades de cada cidade sede.

Contudo, apesar das intenções de De Coubertin e dessas iniciativas mais recentes, o potencial cultural ainda é pouco explorado até os dias de hoje. O formato das Olimpíadas Culturais estabelecido em Barcelona, ainda que tenha fornecido grandes oportunidades para o desenvolvimento de políticas culturais sustentáveis, também gerou outros desafios aos organizadores (Garcia, 2008). Além disso, mesmo que tenham sido organizados por uma instituição independente ou um departamento do COJO, os programas culturais têm dificuldade de continuar a serem associados a outras atividades Olímpicas e, desta maneira, se beneficiar das extensas oportunidades promocionais dos Jogos Olímpicos (Garcia, 2008). Desse modo, entende-se que a organização anfitriã deve propor uma política cultural que foque na construção de valores e símbolos do evento para garantir a coerência da sua dimensão cultural (MORAGAS[31], 2001; GARCIA, 2008), porque os programas culturais, se realizados da maneira competente, podem ser uma ferramenta fundamental para a formação da identidade e imagem que tanto a cidade anfitriã quanto a nação almejam apresentar durante os Jogos Olímpicos, bem como para se atingir qualquer um dos cinco objetivos citados anteriormente.

Nesse contexto, Garcia (2008) aponta que há um contraste entre a missão mais humanitária do Movimento Olímpico, que envolve esporte, cultura e educação, com as obrigações comerciais que se têm ao organizar uma Olimpíada, pois elas acarretam o predomínio do programa de competições de esportes de elite sobre as atividades culturais e

---

[30]GUEVARA, T. *Análisis comparativo del programa cultural olímpico desde México’68 hasta Barcelona’92, como base para su realización en Puerto Rico’2004*. Unpublished report. Centre for Olympic Studies, Autonomous, 1992. In: GARCIA, B. **One hundred years of cultural programming within the Olympic Games (1912-2012):** origins, evolution and projections. International Journal of Cultural Policy, vol. 14, n. 4, nov. 2008, p.361-376.

[31] Moragas, M. *Juegos Olímpicos:* cultura, identidad y comunicación. Unpublished paper, presented in Conference: ¿Cómo una ciudad puede ganar o perder la Olimpiada?, Torino, 21 May 2001. In: GARCIA, B. **One hundred years of cultural programming within the Olympic Games (1912-2012):** origins, evolution and projections. International Journal of Cultural Policy, vol. 14, n. 4, November 2008, p.361-376.

educacionais. Segundo a socióloga, “a falta de coesão dos programas e atividades têm levado a uma duplicação de recursos e à pouca visibilidade das Olimpíadas Culturais” (2008, p. 374). Isso se dá devido ao fato dos Jogos Olímpicos serem um megaevento que, ao mesmo tempo em que visa propagar os valores do Olimpismo, a sua expressão mundial segue atualmente a agenda de interesses midiáticos, os quais não correspondem ao objetivo educativo inicialmente pensado por De Coubertin.

Esse cenário corresponde ao que Girginov e Parry (2005) apontaram sobre os eventos culturais não serem divulgados da mesma maneira que os eventos esportivos, especialmente os de esporte de elite, bem como o do potencial dos programas Olímpicos culturais e educativos ainda ser pouco explorado apesar das novas iniciativas do COI e mudanças do programa cultural.

Assim, esse casamento de interesses entre eventos esportivos e mídia tornou-se possível devido ao crescimento e transformação de ambos no cenário da globalização, e levou a um fenômeno cultural da narrativa esportiva denominado de “mídia-esporte”, em que a mídia, principalmente a televisão, deixou de apenas fornecer informações sobre o esporte em geral e passou a ser co-autora e produtora do mesmo através das transmissões ao vivo e produções de espetáculos esportivos. Moragas (1996) afirma que a “mídia-esporte” é uma das maiores formas de entretenimento na contemporaneidade.

> Essas formas de entretenimento também são formas de produção e um veículo privilegiado para a transmissão de ideias sobre identidade, relações sociais, troca cultural, entre outras. Ainda mais, a “mídia-esporte” se tornou uma das principais ambientações para a exibição (ritual) das relações sociais e interculturais em uma escala mundial (MORAGAS, 1996, p. 3).

O resultado dessa relação entre esporte e mídia trouxe aspectos positivos para o COI e os Jogos Olímpicos, como o desenvolvimento tecnológico das mídias de massa e o aumento da audiência televisiva nas transmissões do evento, o que engendrou o compartilhamento das cerimônias e rituais dos Jogos, vitórias e conquistas dos atletas em aspecto global, bem como o aumento, de certa forma, dos patrocínios para a Olimpíada, atletas e times Olímpicos. Contudo, também resultaram aspectos negativos como a super comercialização do Olimpismo, Movimento Olímpico e dos Jogos Olímpicos como um todo, e a pressão pela mudança de programação dos eventos Olímpicos com o intuito de se

transmitir determinadas competições e cerimônias em um horário de maior audiência da emissora, prejudicando muitas vezes os atletas (TOOHEY; VEAL, 2007).

Além disso, megaeventos como as Olimpíadas também proporcionam oportunidades de transformação interna e reformulação ou estabelecimento da imagem externa de um país ou cidade sede por meio do *nation branding*, ou *place branding*.

A prática de *branding* foi definida basicamente como o processo pelo qual as companhias distinguem a oferta de seu produto daquelas feitas pela concorrência (FAHY; JOBBER, 2003). Anholt (2011) aponta que tal termo pode gerar confusões e interpretações superficiais, como considerá-lo apenas uma promoção padrão de produto, relações públicas e identidade corporativa, por isso cunhou o termo "identidade competitiva", porque a imagem nacional tem mais a ver com a identidade nacional e a competitividade política e econômica que com a prática de *branding* em si. Da mesma forma, Dinnie (2016) comenta que uma nação não pertence a gerentes de marcas ou corporações. Neste caso, a marca de uma nação deveria ser proveniente de sua cultura, não apenas ser baseada em um logo ou peça publicitária.

> Esses clichês e estereótipos - positivos ou negativos, verdadeiros ou falsos - afetam fundamentalmente nosso comportamento em relação a outros lugares, seu povo e seus produtos. Pode ser injusto, mas não há nada que ninguém possa fazer para mudar isso. É muito difícil para um país persuadir pessoas em outras partes do mundo para irem além dessas imagens simples e começarem a entender a rica complexidade que está por trás delas. Alguns lugares consideravelmente modernos não recebem tanta atenção, visitantes, negócios ou investimentos quanto eles precisam porque suas reputações são fracas ou negativas, enquanto outros ainda estão negociando com uma boa imagem que eles adquiriram décadas ou até séculos atrás e hoje fazem pouco para merecerem[32] (ANHOLT, 2011, p. 8-9).

Se Anholt argumenta que esse processo está intrinsecamente ligado à identidade nacional, ou local, então é importante refletir sobre o significado desse conceito.

Segundo Canclini (1997, p. 139), "a identidade é uma construção que se narra". Por muito tempo, diz o autor, rituais cívicos e outros aspectos sociais e territoriais foram os dispositivos que formulavam a identidade de cada nação. Contudo, com a globalização, com a circulação cada vez mais livre de pessoas, capitais e mensagens, e a diminuição do

[32] Tradução livre.

espaço-tempo, “a nossa identidade já não pode ser mais definida pela associação exclusiva a uma comunidade nacional” (CANCLINI, 1997, p. 142).

Hall (2006) sugere três tipos de sujeito: i) do Iluminismo; ii) sociológico; iii) pós-moderno. Corroborando com a linha de pensamento de Canclini, o estudo se voltará à identidade cultural na pós-modernidade.

> O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado: composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não-resolvidas. (...) Esse processo produz o sujeito pós-moderno, conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente (HALL, 2006, p. 10).

Para ele, nesse âmbito, a identidade torna-se uma “celebração móvel” que é formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpretados nos sistemas culturais que nos rodeiam, isto é, ela passa a ser definida não biologicamente, mas historicamente.

Essa mudança quanto à identidade está intrinsecamente ligada ao processo da globalização, uma vez que a cultura nacional é uma das principais fontes de identidade cultural na modernidade, segundo o autor.

> As pessoas não são apenas cidadãos/ãs legais de uma nação; elas participam da ideia da nação tal como representada em sua cultura nacional. (...). A lealdade e a identificação que, numa era pré-moderna ou em sociedades mais tradicionais, eram dadas à tribo, ao povo, à religião e à região, foram transferidas, gradualmente, nas sociedades ocidentais à cultura nacional. (HALL, 2006, p. 49).

As culturas nacionais, então, são compostas de instituições culturais, símbolos e representações, pois elas são discursos - um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos (HALL, 2016). Assim, ele destaca cinco maneiras de se contar a narrativa da cultura nacional: i) há a narrativa da nação, tal como é contada e recontada nas histórias e literaturas nacionais, na mídia e na cultura popular, as quais fornecem diversas estórias, imagens, panoramas, cenários, eventos históricos, símbolos e rituais nacionais que simbolizam e representam as experiências partilhadas, as perdas, os triunfos e os desastres que dão sentido à nação; ii) há a ênfase nas origens, na continuidade, na tradição e na intemporalidade; iii) outra forma é a “invenção da tradição”, que são práticas de natureza real ou simbólica que buscam inculcar

certos valores e normas de comportamento através da repetição, que implica continuidade com um passado histórico adequado; iv) também pode ser feita através do mito fundacional, uma estória que localiza a origem da nação, do povo e de seu caráter nacional num passado tão distante que eles se perdem no tempo mítico; ou baseada na ideia dos povos primordiais, ou originais, embora raramente eles persistam ou exercitam o poder. Nota-se aqui novamente a importância das narrativas.

Mas a globalização, aponta Hall (2016), também é um processo contraditório. Segundo ele, enquanto há as formas dominantes de homogeneização cultural - composta pela cultura ocidental, mas mais especificamente pela cultura estadunidense, dada a sua ascendência no mercado cultural e dominação dos fluxos de capital, tecnologia e cultura - que ameaçam soterrar a todos - há, ao mesmo tempo, processos paralelos que sutilmente descentralizam os modelos ocidentais e conduzem à disseminação da diferença cultural no mundo - estas têm a capacidade de subverter e traduzir essa investida cultural contra culturas mais fracas. Assim, seu poder se dá justamente quando os mercados consumidores globais precisam se tornar “localizados” para obterem sucesso.

Nesse âmbito, Nassar e Reis (2013) explicam que a cultura, o esporte e o patrimônio dão uma profundidade maior à marca do local, proporcionando valores intangíveis como a dignidade, riqueza cultural e patrimonial, confiança, respeito e qualidade de vida.

Assim, os Jogos Olímpicos junto ao programa cultural Olímpico são uma excelente plataforma para a representação da cultura e história local e promoção de atividades culturais, bem como oportunidade para revitalização urbana, que podem ajudar a enriquecer e estabelecer a marca do lugar. Além disso, como resultado do espectro midiático dos Jogos, as cerimônias de abertura e encerramento, bem como o ritual de revezamento da tocha, por serem os eventos com o auge de interesse e participação do público, abrem uma janela global para a nação anfitriã e, principalmente, para a cidade sede lançarem-se perante às outras nações.

4. League of Legends: O Jogo Eletrônico

No capítulo anterior foram discutidas as transformações do esporte ritual para o esporte moderno, bem como as relações do último com a mídia e a cultura, focando principalmente os Jogos Olímpicos. Tendo em vista o conteúdo analisado, este capítulo será dedicado a investigar as transformações dos esportes tradicionais modernos para os *esports* (esportes eletrônicos) na atualidade, em específico o League of Legends, continuando a levar em consideração as suas relações com a mídia e a cultura, bem como sua questão enquanto jogo na sociedade contemporânea.

4.1 O jogo enquanto fenômeno cultural

Antes de iniciar a discussão do LoL enquanto *esport* é importante primeiro que seja feita uma análise dele enquanto jogo eletrônico. Para isso, este tópico será dedicado a compreender o conceito de jogo no seu âmbito mais primitivo até que sua retórica abarque os videogames.

O ato de jogar é mais antigo que a prática dos esportes em nossa sociedade e ao longo dos anos se tornou um fenômeno cultural complexo, abrangente e mutável. Muitas vezes ele é facilmente identificado, independente da cultura que o observador pertença, como quando se vê um grupo de crianças brincando, disputando para ver qual delas consegue pular mais vezes, ou correr mais rápido que a outra, seja para não ser alcançada ou para alcançar a outra. Mas definir o conceito de jogo já não é uma tarefa tão simples e óbvia, isso porque "sob a égide da palavra "jogo", abrigam-se um grande número de percepções, fenômenos, agentes e motivações, que impossibilitam uma totalidade explicativa mesmo para os mais bem elaborados esquemas teóricos", resume Onça (2014, p. 32).

> De antemão, o vocábulo "jogo", por si só, já traz consigo uma formidável polissemia,como será visto adiante, indicativa ela mesma da amplitude e da variabilidade com que esse tipo de fenômeno se manifesta dentro de inúmeros contextos. E que se adensa ainda mais, caso "jogo" seja utilizado no sentido mais amplo – que é o sentido original dado ao verbo "play" na língua inglesa e "spielen" na língua alemã – que considera como jogo atividades estruturadas em torno de regras informais, como as brincadeiras infantis, ou ainda considerando como jogo um tipo particular

> de fruição que é a participação vicária (assistir a uma peça de teatro, assistir a uma partida de futebol, etc..) (ONÇA, 2014, p. 32).

Brougère (1998) traz três perspectivas diferentes de como essa palavra pode ser interpretada. Em um primeiro momento, o jogo pode ser entendido como "uma atividade, uma situação que se caracteriza pelo fato de que seres jogam, têm uma atividade que diz respeito ao jogo, qualquer que seja sua definição" (BROUGÈRE, 1998, p. 14), de forma que o conceito abrange exemplos desde uma partida esportiva a ações em um plano metafórico, como jogo do amor, jogo político e jogo da vida; ele também pode ser entendido como uma estrutura, "um sistema de regras (*game*, em inglês), que existe e subsiste de modo abstrato independentemente dos jogadores, fora de sua realização concreta em um jogo entendido no primeiro sentido" (BROUGÈRE, 1998, p. 14); e ainda pode ser um objeto, "numa associação que o aproxima de um brinquedo" (ONÇA, 2014, p. 33).

Já Wittgenstein (1999) compreende os jogos como uma "rede de semelhanças de família", sendo impossível de ser definida nitidamente de forma que seus os diferentes elementos se cruzam e se envolvem mutuamente, e como uma família possuem algumas características similares entre si - como a cor dos olhos, o formato do nariz, trejeitos ou outros traços que indivíduos com graus de parentesco podem compartilhar - mas ao mesmo tempo possuem diferenças o suficiente para serem únicos.

Sutton-Smith (2001), por sua vez, divide a noção de jogo em sete retóricas diferentes, demonstrando a grande diversidade e variabilidade contextual que esse signo pode ter. São elas:

a) O jogo como progresso - onde ele é visto mais como um mecanismo de desenvolvimento de habilidades que divertimento;
b) O jogo como destino - onde remete o conceito do homem como um joguete dos deuses, associando o jogo à aleatoriedade, ao caos, ao destino, às tentativas de manipulação por meio dos oráculos e práticas animista;
c) O jogo como poder - que diz respeito ao uso do jogo como mecanismo de hegemonia, de dominação, envolvendo estratégia e habilidade;
d) O jogo como identidade - onde ele é visto como meio de confirmação e manutenção de um vínculo social por meio de interações simbólicas;
e) O jogo como imaginário - onde ele idealiza a imaginação, a flexibilidade e a criatividade que permeiam o jogar;

f) O jogo como *self* - que diz respeito mais às atividades solitárias como hobbies, ou esportes radicais que produzem atividades de pico, de forma a buscar o divertimento, o relaxamento e o escape proporcionado pelo jogo em si;

g) O jogo como frivolidade - onde abriga manifestações sociais como o carnaval e o jogo como atividade negativa, oposto ao trabalho e à virtude.

Em "Homo Ludens", Huizinga (1995) afirma que o jogo é um fato mais antigo que a própria cultura, uma vez que ela, em sua noção menos rigorosa pressupõe sempre a sociedade humana, mas os animais brincam tal qual os homens; e propõe que o mesmo é uma função significante, pois nele sempre existe alguma coisa "em jogo" que transcende as necessidades imediatas da vida e confere um sentido à ação. O jogo é:

> uma atividade desligada de todo e qualquer interesse material, com a qual não se pode obter qualquer lucro, praticada dentro de limites espaciais e temporais próprios, segundo uma certa ordem e certas regras. Promove a formação de grupos sociais com tendência a rodearem-se de segredo e a sublinharem sua diferença em relação ao resto do mundo por meio de disfarces ou outros meios semelhantes (HUIZINGA, 1995, p. 16).

Para ele, a função do jogo tem dois aspectos fundamentais que são a luta por alguma coisa, ou a representação de alguma coisa. Ambas podem por vezes misturar-se, de modo que ele passe a representar uma luta, ou se torne uma luta para melhor representação de algo.

"Representar significa mostrar, e isto pode consistir simplesmente na exibição, perante um público, de uma característica natural. (HUIZINGA, 1995, p. 17). Desde a sua mais tenra infância, as crianças demonstram um alto grau de imaginação em suas exibições, seja fingindo ser uma criatura mágica ou um personagem. Já no âmbito das representações sagradas das civilizações ancestrais estão os rituais e o que se encontra "em jogo" é um elemento espiritual, místico.

> O ritual é um *dromenon*, isto é, uma coisa que é feita, uma ação. A matéria desta ação é um *drama*, isto é, uma vez mais, um ato, uma ação representada num palco. Esta ação pode revestir a forma de um espetáculo ou de uma competição. O rito, ou "ato ritual", representa um acontecimento cósmico, um evento dentro do processo natural. Contudo, a palavra "representa" não exprime o sentido exato da ação, pelo menos na conotação mais vaga que atualmente predomina; porque aqui

> "representação" é realmente *identificação*, a repetição mística ou a *representação* do acontecimento. O ritual produz um efeito que, mais do que *figurativamente mostrado, é realmente reproduzido* na ação. Portanto, a função do rito está longe de ser simplesmente inativa, leva a uma verdadeira participação no próprio ato sagrado (HUIZINGA, 1995, p. 18).

"O culto é, portanto, um espetáculo, uma representação dramática, uma figuração imaginária de uma realidade desejada" (HUIZINGA, 1995, p. 19). Desse modo, podemos identificar aqui o aspecto dos esportes rituais, como os Jogos Olímpicos da Antiguidade, quando o esporte e as festividades tinham caráter sagrado. Mas o esporte como conhecemos atualmente não deixa de ser uma representação do elemento lúdico na cultura contemporânea, pelo contrário, é uma das suas principais manifestações. Contudo, sua sistematização e regulamentação cada vez maior implica na perda das características lúdicas, distinguindo amadores de profissionais, aqueles para quem o jogo já não é mais jogo, já que o espírito do profissional não é mais lúdico, pois lhe falta espontaneidade e despreocupação (HUIZINGA, 1995). Assim, para o autor, no caso do esporte tem-se uma atividade que é normalmente classificada como lúdica, mas que ao ser levada a um grau de tal organização técnica e de complexidade científica ameaça o verdadeiro espírito lúdico.

Caillois (1990) parte do trabalho de Huizinga para buscar a sua própria definição. Para ele, ao contrário do que o historiador holandês, o jogo é exercido em detrimento do segredo e do mistério, pois ele expõe-os e, de certa forma, gasta-os. Ora, "tudo o que é, naturalmente, mistério ou simulacro está próximo do jogo" (1990, p. 24), mas o autor complementa que para isso é preciso que prevaleçam os componentes de ficção e divertimento, de forma que o mistério não deve ser venerado, ou que o simulacro não seja início o sinal de metamorfose e de possessão. Ele também aponta que Huizinga exclui as postas e os jogos de azar em sua obra, uma vez que seu discurso compreende que os jogos são destituídos de qualquer interesse material. "O jogo é ocasião e gasto total: de tempo, de energia, de engenho, de destreza e muitas vezes de dinheiro, para a compra de acessórios ou para eventualmente pagar o aluguer [sic] do local". (1990, p. 25).

> Com efeito, o jogo é essencialmente uma ocupação separada, cuidadosamente isolada do resto da existência, e realizada em geral dentro de limites precisos de tempo e lugar. Há um espaço próprio para o jogo. Conforme os casos, o tabuleiro, o estádio, a pista, a liça, o ringue, o palco, a arena, etc. (...) Sair do recinto por erro, por acidente ou por necessidade, atirar a bola para fora do campo, ora desqualifica ora implica uma penalização (CAILLOIS, 1990, p. 26).

Desse modo, Caillois (1990) define seis características essenciais do jogo:

a) Ser livre - uma vez que se o jogador fosse obrigado a essa atividade, ela perderia imediatamente a sua natureza de diversão;
b) Ser delimitado - o jogo precisa de limites de espaço e tempo e tais circunstâncias devem ser rigorosa e previamente estabelecidos;
c) Ser incerto - já que o seu desenrolar não pode ser determinado, nem seu resultado obtido previamente. Deixa-se também uma iniciativa do jogador uma certa liberdade para inventar e improvisar;
d) Ser improdutivo - pois não gera bens, nem riqueza; salvo alteração de propriedade no interior do círculo de jogadores, conduz a uma situação idêntica à do início da partida, pois o somatório dos lucros seria, no melhor dos casos, sempre igual a soma das perdas dos outros jogadores;
e) Ser regulamentado - sujeito a convenções que suspendem as leis normais e que instauram momentaneamente uma nova legislação, a única que conta no momento do jogo;
f) Ser fictício - acompanhado de uma franca irrealidade ou de uma consciência específica de uma outra realidade em relação à vida normal.

Ele também propõe quatro classificações de jogos:

a) ***Agôn*** - um grupo de jogos que aparece sob a forma de competição, isto é, um combate de oportunidades é criado artificialmente para que os participantes enfrentem-se em condições ideais. Para cada um dos concorrentes o interesse do jogo é o desejo de ter sua excelência em determinado domínio reconhecida. É a razão pela qual essa categoria supõe "uma atenção persistente, um treino apropriado, esforços assíduos e vontade de vencer. Implica disciplina e perseverança" (CAILLOIS, 1990, p. 35);
b) ***Alea*** - um grupo de jogos opostos ao *agôn*, em que sua decisão não depende e não pode ter participação dos jogadores. Aqui o destino é o único artífice da vitória. Assim, essa categoria nega o trabalho, a qualificação, a paciência e a habilidade, e prestigia apenas a sorte do/dos participante/s;
c) ***Mimicry*** - um grupo de jogos que pressupõe a encarnação de um personagem ilusório e na adoção do seu respectivo comportamento, que tem como característica comum a de se basearem no "faz de conta" em que os

participantes devem convencer a si mesmos, o jogo ou a outros que são outras pessoas, contudo sem o intuito de ludibriar. Essa categoria contém o saber, a liberdade, a convenção, a suspensão do real e espaço e tempo delimitados;

d) ***Ilinx*** - um grupo de jogos que "consistem numa tentativa de destruir, por um instante, a estabilidade da percepção e infligir à consciência lúcida uma espécie de voluptuoso pânico" (CAILLOIS, 1990, p. 43). Os participantes procuram a perturbação provocada pela vertigem que pode ser obtida pelo volteio, a queda ou a projeção no espaço, a rotação rápida, a derrapagem, a velocidade, a aceleração de um movimento retilíneo ou a sua combinação com um movimento giratório.

Para Onça (2014), essas diferentes concepções de jogo parecem lançar sobre o mesmo muito mais um véu de ocultamento do que efetivamente aclarar alguma coisa, pois algo que se desdobra em muitas possibilidades, em verdade, não se compromete inteiramente com nenhuma delas.

> Esse é um fenômeno que permanece nos dias de hoje tão elusivo quanto há dois mil anos atrás, podendo ser enquadrado naquilo que os germânicos classificam como "das stumme Wissen"(conhecimento tácito), ou seja, um conhecimento muito mais fácil de ser intuído do que racionalizado (ONÇA, 2014, p. 44).

Assim, ao apresentar essas diversas definições sobre o que é o jogo, esse tópico tem como intuito demonstrar a dificuldade ao se tratar desse assunto seja no âmbito acadêmico, seja no senso comum. E tal complexidade vai se estender consequentemente aos videogames e aos *esports*. Também é importante que tais conceitos sejam estabelecidos para que no capítulo futuro possamos discutir como tais definições influenciam tanto positiva quanto negativamente na compreensão do conceito de esporte eletrônico que existe na atualidade.

4.1.1 A evolução dos videogames: uma breve história e contextualização dos jogos eletrônicos

Os jogos eletrônicos são produtos culturais cuja popularidade tem crescido significativamente nos últimos anos. Sua produção se tornou possível graças aos avanços tecnológicos do século XX e XXI e seu crescimento no cotidiano da sociedade contemporânea se dá também pelas transformações no modo de viver das pessoas. Portanto, para podermos nos aprofundar no objeto de estudo é importante fazer uma breve contextualização histórica dos videogames e dos jogos eletrônicos até chegarmos à questão do League of Legends enquanto *esport*.

Os videogames, assim como "o jogo", possuem definição e significados amplos e até muitas vezes vagos devido à sua etimologia. O verbo "jogar" no português está intrinsecamente ligado ao ato do jogo em si, já na língua inglesa o verbo "*to play*" possui inúmeros significados, podendo ser empregado nos atos de brincar, tocar instrumentos, atuar, fingir, interpretar, representar, entre outros (VARELLA, 2020a). Além disso, o próprio termo videogame possui variações que fazem parte do mesmo conjunto como *games*, jogos eletrônicos, jogos digitais e jogos online. Outro fator complicador como apontado por Bello (2016) são os diferentes significados que ele pode ter tanto para os jogadores quanto para acadêmicos e suas áreas de estudo, variando desde os consoles aos produtos audiovisuais interativos.

> Além da dificuldade de determinar um vocabulário básico, os *games* apresentam a problemática de pela primeira vez trazer em um único produto várias composições diferentes: audiovisuais, narrativas, lúdicas, artísticas e de ambientação num espaço computacional que possibilita "interatividade" (BELLO, 2016, p. 38).

A definição de videogames segundo o dicionário Houaiss (2009) é a seguinte:

1. Jogo em que se manipulam eletronicamente imagens numa tela de televisão;
2. Todo jogo em que se usa um microcomputador equipado de teclado ou console para tomar decisões, reagir a ações, manipular mudanças ou responder a perguntas que apareçam na tela;
3. Equipamento, independente ou ligado a computador, específico para jogos desse tipo.

Anthropy (2012, p. 43) define sucintamente que jogos, digitais ou de outro tipo, são "uma experiência criada por regras", de modo que são particularmente bem adequados a contar histórias e explorar dinâmicas, relações e sistemas. De forma semelhante, Gasi (2013, p. 14) comenta que o jogo digital pode ser definido "como uma mídia de entretenimento que, por meio de um conjunto de regras, desafia seu interlocutor".

Entender os videogames como mídias implica necessariamente entendê-los como sistemas de interface, pois é ela que transforma sistemas de informação em meios de comunicação, justifica Albuquerque (2001).

> A interface atua como uma espécie de tradutor, mediando entre as duas partes, tornando uma sensível para a outra. Em outras palavras, a relação governada pela interface é uma relação 'semântica', caracterizada por significado e expressão, não por força física (JOHNSON, 2001, p. 17).

Nos estudos comunicacionais podemos observar como o ser humano passou do indivíduo oral ao indivíduo visual devido ao desenvolvimento da tecnologia tanto analógica quanto digital. Com o advento da escrita começamos a privilegiar a informação e o conhecimento pela visão, não mais pela fala. Em seus estudos, McLuhan (1964) aponta como a partir da invenção da imprensa a tecnologia proporciona às máquinas o poder de traduzir uma espécie de conhecimento para outra.

Desse modo, é possível dizer que com a invenção de Gutenberg deu-se o início da automatização da imagem (essa de caráter textual), contudo, Weibel (1996) aponta que foi só com a fotografia que a sociedade começou a o processo da automatização das imagens enquanto representações visuais de algo não escrito. Em "O Mundo como Interface", ele pontua essa a evolução:

I. Em 1830, a invenção da fotografia possibilitou a produção da imagem à distância pela interface da máquina, diferente dos processos anteriores onde ela era produzida pela mão do artista;
II. Por volta desse mesmo período também surgiam máquinas que transmitiam a imagem a longas distâncias via escaneamento como o telégrafo, o telefone e a telecópia. Simultaneamente, a descoberta das ondas eletromagnéticas significou o surgimento da cultura telemática;

III. O desaparecimento da realidade foi seguido pela simulação da realidade, isto é, com os filmes a imagem passou de mídia do espaço (forma espacial da imagem) à mídia do tempo (forma temporal da imagem);

IV. A descoberta do elétron e o tubo de raio catódico em 1897 possibilitou posteriormente o surgimento da televisão, que produz e transmite imagens eletrônicas;

V. A gravação magnética de sinais visuais pelo vídeo combinou filme, rádio e televisão;

VI. Os transistores, circuitos integrados, chips e a tecnologia semicondutora revolucionaram a tecnologia processadora de dados, levando à criação do computador, que possibilitou a produção de imagens virtuais;

VII. A tecnologia de telecomunicação interativa habilitou a arte na rede, a televirtualidade, a arte puramente imaterial nos espaços de dados, e a telepresença, isto é, possibilitaram que signos virtuais viajassem pelo tempo e espaço.

Posteriormente, Weibel (2005) identifica que hoje há um novo tipo de imagem, a indexal, que está na transição da tecnologia do elétron para o fóton. O autor explica que ela instaura uma nova cultura da materialidade, que não só acarreta a materialização da imagem como também parte para um mundo pós-digital. Assim, o sujeito deixa de ser um mero espectador diante da obra, e se transforma em um agente que participa do universo das imagens, podendo interferir no mesmo. Mais ainda, para Weibel (2005), o indivíduo se torna uma interface entre os mundos real e virtual.

Então, Gasi (2013) afirma que se partirmos do pressuposto de que o videogame é, por si só, interativo, verificamos que ele pode ser classificado como imagem indexal.

> Não importa qual seja o jogo digital, ele não acontece sem a inter-relação com o jogador. É quase como se existisse somente em potencial, até haver alguém que o jogue. Também lhe dá caráter comunicacional, já que cada ação de um avatar em um jogo é conduzida por uma pessoa que o controla, fomentando uma semiose constante entre pessoa e máquina (GASI, 2013, p. 16).

De forma complementar, Maciel e Venturelli (2004) discorrem que as interfaces sensoriais dos videogames chegam a permitir uma interação, em última instância, com o

corpo do jogador quando determinados gêneros fazem com que o mesmo interaja com os ambientes virtuais do jogo e acompanhe fisicamente o desenvolvimento da narrativa de seu personagem.

Tendo isso em vista, podemos agora explorar brevemente a história dos videogames e observar como eles - diferente da fotografia, do filme e da televisão - trouxeram essa interatividade inédita entre máquina e ser humano para os meios de comunicação audiovisuais.

Assim, seguindo essa linha da evolução das mídias, a tecnologia necessária para a criação do videogame surgiu nos meados do século XX, período que justamente se destaca pela tendência contínua e acelerada da mudança tecnológica que surtiu efeitos multiplicativos e revolucionários sobre praticamente todos os campos da experiência humana, como indicado por Sevcenko (2001), especialmente por conta da Segunda Guerra. Em 1948, por exemplo, Alan Turing e David Champernowne criaram um programa de xadrez denominado “Turochamp” como parte de sua pesquisa na área de Ciências da Computação, entretanto o jogo não chegou a ser implementado em um computador.

Quanto às suas origens, não há uma resposta certa ao apontar qual foi o primeiro videogame a ser criado, porém segundo Anthropy (2012), o que pode se dizer que é ele certamente foi inspirado pela história da civilização humana, onde jogos folclóricos como pega-pega, esconde-esconde, xadrez e taco eram importantes experiências culturais. De forma complementar, Bello (2016, p. 41) diz que “não é de se estranhar [que] os primeiros jogos eletrônicos foram baseados em pingue-pongue e tênis, bem como de adaptações de jogo-da-velha, jogos de cartas, quebra-cabeças, tabuleiros e diversos esportes”, pois de acordo com Adorno e Horkheimer (1985) o entretenimento e os elementos da Indústria Cultural já existiam muito tempo antes dela, de modo que o mesmo é válido para os jogos eletrônicos, tanto para sua própria existência quanto para os elementos que o precedem.

Em 1961, surge o **Spacewar!**, um dos primeiros jogos criados para o computador PDP-11/20 por três estudantes da MIT, Steve Russell, Martin Graetz e Wayne Wiitanen. Eles tinham o intuito de demonstrar a capacidade total da máquina com sua invenção (STANTON, 2015). O jogo possuía duas naves denominadas “the needle” e “the wedge” que podiam se movimentar em 360 graus, com um número limitado de mísseis, além de uma estrela no meio da tela representando a gravidade, que afetava completamente os deslocamentos delas. Seu objetivo era simples, destruir a nave inimiga enquanto evitava ser

sugado para o centro gravitacional. A partir dele surgiram outros jogos com visual e mecânica semelhantes, um deles foi o **Computer Space**, que foi o primeiro fliperama eletrônico do mundo, sendo lançado em 1971 nos Estados Unidos.

Assim, o primeiro marco importante para a indústria dos videogames se dá na década de 1970, quando eles deixaram os ambientes universitários e passaram a ser comercializados, tornando-se um produto cultural e uma mídia de massa. Essa virada no cenário dos jogos eletrônicos está intrinsecamente ligada aos parques de diversões, arcades (ou fliperamas) analógicos como o Pinball e outras máquinas operadas por moedas, pois tanto o ambiente quanto os gabinetes de jogos da época inspiraram o surgimento da "cultura de videogame[33]" nos bares e arcades[34]. Nesse contexto foi criado o Computer Space.

Nolan Bushnell era um estudante de engenharia elétrica de 22 anos que no verão de 1965 trabalhou em um parque de diversões em Salt Lake City, Utah, onde teve contato com diversos jogos de cabine e toda aquela cultura de entretenimento. Quatro anos depois, Bushnell foi contratado pela Ampex, onde conheceu Samuel Frederick "Ted" Dabney Jr., que estudou eletrônica em seu período no Corpo de Fuzileiros Navais dos Estados Unidos. Ambos acabaram largando tudo para tentar fundar a então empresa Syzygy - que significa o alinhamento de três corpos celestiais - com o intuito de produzir arcades. Após algumas tentativas sem sucesso, Bushnell com as suas ideais conseguiu chamar a atenção de Bill Nutting, da Nutting Associates - empresa fabricante de máquinas operadas por moedas e que tinha em seu portfólio um jogo chamado Computer Quiz - assim, essa parceria acabou rendendo o primeiro fliperama eletrônico.

---

[33] BELLO, R. S. **O videogame como representação histórica:** narrativa, espaço e jogabilidade em Assassin's Creed. 2016. 325f. Dissertação (Mestrado em História Social) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo.

[34] Arcades podem se referir tanto à cabine do jogo (fliperama) quanto aos locais especializados que possuem essas máquinas para o público jogar.

Figura 10 - Propaganda do Computer Space

Fonte: Blog Tec Toy[35] (2017)

Apesar da grande inovação tecnológica, as vendas do jogo não foram muito animadoras, pois para os padrões da época a máquina era relativamente complexa (VARELLA, 2020). Pouco tempo depois Bushnell e Dabney terminaram a parceria com a Nutting Associates e com o dinheiro que fizeram naquele período decidiram fundar a Syzygy, porém eles tiveram problemas com o *trademark* da empresa e acabaram por nomear sua empresa Atari[36] - que no futuro viria a ser uma das empresas mais famosas do ramo.

Enquanto isso em 1967, Ralph Baer, Bill Harrison e Bill Rush criaram o primeiro protótipo de console de videogame caseiro com sistema *multiplayer* e multiprogramado, a Brown Box. Na época, Baer junto à Sanders Associates tentaram vender seu produto para as empresas fabricantes de televisão, uma vez que o console fora feito com os mesmos componentes e técnicas da mesma, contudo, em 1969, apesar do mercado achar a *Brown Box* interessante, não se sabia o que fazer com ela. Dois anos depois, a Magnavox assinou um contrato com a Sanders e remodelou o console, nomeando-o **Odyssey**, aumentando também a coleção de sete jogos da Brown Box, que incluía o jogo de perseguição Cat & Mouse, um título educativo States! e o Ping-Pong, para doze jogos (DONOVAN, 2010).

[35] Disponível em: <https://blogtectoy.com.br/conheca-nolan-bushnell-o-visonario-criador-da-atari/computer-space/> Acesso em: 06 jun. 2019.
[36] Atari é um termo do jogo Go, o qual Bushnell e Dabney costumavam jogar juntos. Ele ó o equivalente ao cheque-mate no xadrez (STANTON, 2015).

Assim, em 1972 nascia o primeiro console caseiro de videogame. Além disso, o Odyssey também serviria de inspiração para o que seria o jogo de cabine mais bem sucedido e que transformaria os anos de 1970 a 1980 na "era de ouro[37]" dos arcades.

Figura 11 - O console Odyssey produzido pela Magnavox

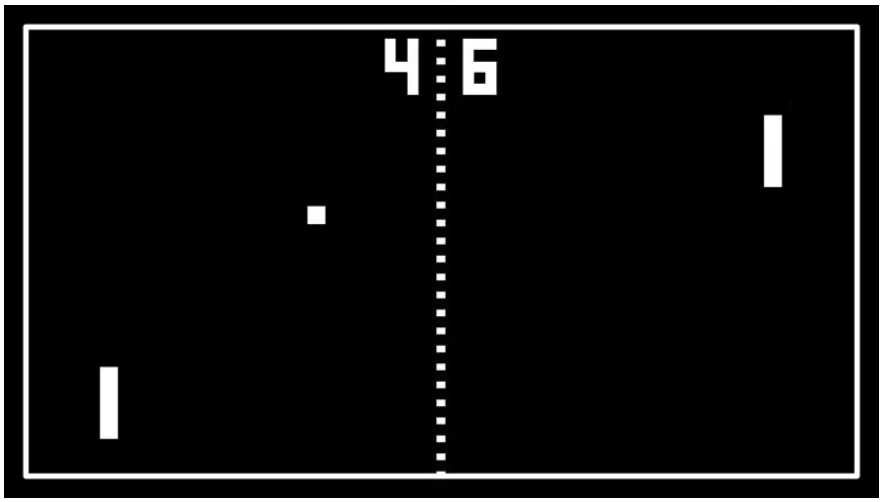
Fonte: Wikimedia[38] (2015)

Após criarem a Atari, Bushnell e Dabney contrataram Allan "Al" Alcorn, que havia trabalhado para eles como *trainee* na Ampex. Inspirado pelo jogo de pingue-pong da Odyssey que conheceu numa feira na Califórnia, Bushnell quis dar uma tarefa simples ao jovem engenheiro para introduzí-lo ao básico da tecnologia dos videogames. O que se deu a seguir, porém, foi inesperado para a dupla, Alcorn havia criado um arcade que tinha como características duas linhas verticais que serviam como as raquetes, um placar com os dígitos acima da tela e em cada lado dos respectivos jogadores, nenhuma linguagem verbal e uma linha pontilhada dividindo "a quadra" digital, além da bolinha - quadrada no formato de um pixel - ganhar velocidade a cada rebatida, o ângulo dos repiques, as bordas de cima e de baixo servindo como parede, um objetivo para encerrar a partida geralmente dez pontos, mas que era possível ajustar, entre outros aspectos (VARELLA, 2020), fazendo com que o Pong tivesse uma jogabilidade extremamente acessível, diferente do jogo antecessor. Sobre a sua simplicidade, Varella (2020, p. 21) ainda aponta que "hoje em dia até o mais simples dos jogos de celular tem controles e regras mais complicados do que Pong".

---

[37] BELLO, 2016, p. 43.
[38] Disponível em: <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/6/63/Magnavox-Odyssey-Console-Set-FR.jpg> Acesso em: 24 jul. de 2020.

Figura 12 - Screenshot do jogo Pong



Fonte: Konsolenkost News[39] (2018)

Assim, ao final de 1972, o Pong abriu espaço para comercialização e popularização dos videogames na época nos Estados Unidos, transformando espaços públicos como bares e arcades, que antes tinham apenas cabines analógicas, iniciando de fato a "cultura de videogame". Para se ter uma perspectiva, segundo Donovan (2010), enquanto outras máquinas faziam cinquenta dólares na semana, o Pong conseguia lucrar mais de duzentos. De forma resumida, ele foi o primeiro a ser produzido em larga escala, pela própria Atari, vendendo ao todo trinta e cinco mil cabines - oito mil só no primeiro ano, indica Varella (2020).

Com essa expansão iniciada, deu-se o surgimento e criação de muitos jogos eletrônicos, que trouxeram consigo "uma enxurrada de clones do jogo Pong tomava os videogames de 1977" diz Varella (2020, p. 23). Contudo, em 1978 uma novidade surgiu na forma de pequenos aliens pixelados, trazendo a primeira invasão japonesa.

O **Space Invaders**, criado pelo engenheiro Tomohiro Nishikado e produzido pela Taito Corporation, é considerado o primeiro jogo de *space shooter*, ou "jogo de navinha[40]" como diz no Brasil. O objetivo é basicamente destruir a invasão alienígena com a sua espaçonave e ao mesmo tempo desviar dos tiros inimigos em três tentativas, isto é, em linguagem de videogame, o jogador tinha três vidas para atingir a meta, diferente de outros fliperamas que funcionavam com um contador de tempo na época. Outro diferencial era que o jogo não tinha fim, "o destino da Terra estava selado: a armada de alienígenas nunca

[39] Disponível em: <https://news.konsolenkost.de/tag/pong/> Acesso em: 24 jul. de 2020.
[40]VARELLA, 2020.

terminava, apenas ficava cada vez mais rápida e poderosa. O *game over* era uma questão de tempo", assim, "a graça era fazer a maior pontuação no final" (VARELLA, 2020a, p. 26). Uma das inspirações de Nishikado foi o filme Stars Wars lançado em 1977, o primeiro de uma das mais famosas sagas do cinema. Sua ideia inicial não estava clara, mas planejava ter um avião e humanos, porém com a febre pelo filme, a fascinação pelo espaço e Guerra dos Mundos na época, ele substituiu-os por naves espaciais e pequenos extraterrestres (PEREIRA, 2016).

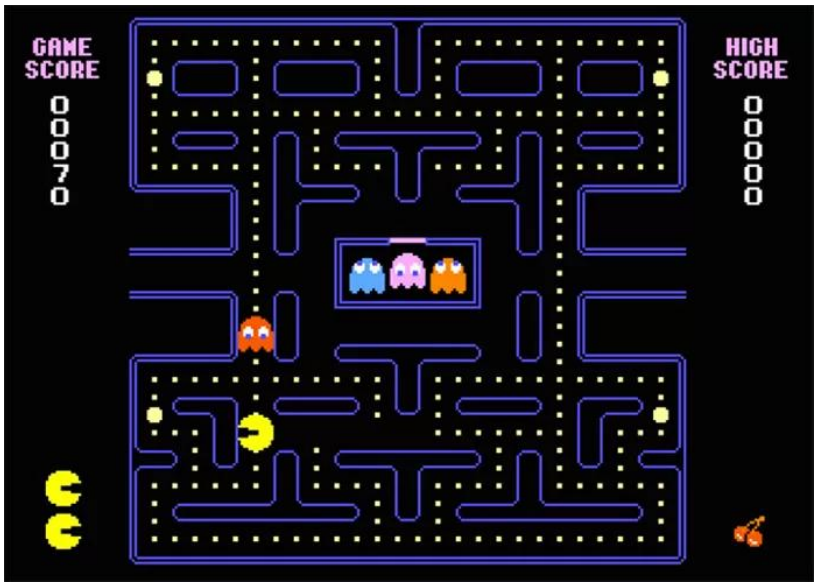
Figura 13 - Screenshot do jogo Space Invaders

Fonte: TechTudo[41] (2016)

Outro clássico que marcou a revolução dos games foi o **Pac-Man**, em 1980, criado por Toru Itawani e produzido pela desenvolvedora japonesa Namco. O que o trouxe a esse patamar até os dias de hoje? O carisma do personagem amarelo, que possui um formato semelhante a uma pizza com um pedaço a menos, junto a uma jogabilidade fácil. Stanton (2015) pontua que a sua essência é uma reviravolta simples: em um momento você está sendo caçado e no outro vira o caçador. À época, os jogos de destruição estavam na moda nos arcades, com isso, a Namco tentou mudar esse cenário com dois jogos de labirinto, aponta Varella (2020a), o Rally-X, que não obteve muito êxito, e o Pac-Man, conhecido como "Come-Come" no Brasil.

[41] Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/listas/noticia/2016/03/space-invaders-veja-lista-com-curiosidades-e-polemicas-do-jogo.html> Acesso em: 24 jul. de 2020.

Figura 14 - Screenshot do jogo Pac-Man



Fonte: TechTudo[42] (2015)

Itawani também quis fazer um jogo que tivesse um apelo tanto para os homens quanto para as mulheres e resolveu que o conceito de comer poderia ser apelativo para ambos (STANTON, 2015). Somando todos esses fatores, Pac-Man se tornou o arcade mais bem sucedido e rentável da história. Dois anos após seu lançamento, a Namco vendeu cerca de quatrocentos mil cabines mundialmente e, segundo os especialistas de arcade Twin Galaxies, sua renda bruta em trimestres se aproximou a dois bilhões e meio de dólares, registra Stanton (2015).

Um segundo momento importante na história dos videogames é a transição dos arcades para os consoles caseiros, fazendo com que eles entrassem de vez nos ambientes familiares. De início esse processo gerou uma grande crise no mercado americano, o principal fator que causou isso foram as diversas estratégias equivocadas da Atari para liderar a inovação dos jogos eletrônicos novamente como a centralização dos direitos autorais e a inundação de jogos caros e mal sucedidos enquanto mantinha o monopólio dos consoles (BELLO, 2016). Nesse contexto, a própria Atari acabaria sendo vendida, jamais retomando o seu protagonismo. “O cano dos jogos pareciam sofrer um entupimento permanente. Os japoneses tinham o encanador ideal para fazer o concerto” (VARELLA, 2020a, p. 36).

[42] Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/12/o-primeiro-pac-man-tinha-apenas-14kb-revela-criador-do-personagem.html> Acesso em: 24 jul. de 2020.

Até 1984 a **Nintendo** era insignificante nesse cenário e sua tentativa de trazer de volta os consoles caseiros logo após o mercado ir pelo ralo foi vista como piada pelos empresários, distribuidores, analistas e jornalistas nas feiras de videogame (DONOVAN, 2010). Contudo, tudo mudou em 1986 quando ela lançou o jogo **Super Mario Bros**, de Shigeru Miyamoto e Takashi Tezuka, no Nintendo Entertainment System (NES) nos Estados Unidos.

Figura 15 - O Nintendo Entertainment System (NES)

Fonte: Wikimedia[43] (2010)

> *Super Mario Bros* marcou o retorno do *Mario*, o herói pulador de barris de *Donkey Kong*, e transportou os jogadores em um mundo animado "Dr. Seuss-nesco" de salas secretas, inimigos fofos e paisagens *day-glo*[44]. Assim como o *spin-off* de 1984 do *Pac-Man*, *Pac-Land*, *Super Mario Bros* inaugurou uma nova era para os jogos de plataforma (DONOVAN, 2010, posição 3910)[45].

Esse seria o início de um período de domínio solitário por parte da Nintendo, que detinha mais de 90%[46] do mercado de videogames na época. A SEGA, originalmente conhecida por seus jogos de cabine no Japão, tinha o desejo de competir diretamente, ou até mesmo superar, a companhia rival no mercado dos consoles. Assim, eles criaram o Mega Drive - um sistema que possuía a tecnologia de 16 bits, o dobro do que o NES fornecia -

[43] Disponível em: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:NES-Console-Set.png> Acesso em: 24 jul. de 2020.
[44] Day-Glo faz referência a tonalidades tão intensas de cores como rosa, laranja, amarelo, verde, etc. que parecem brilhar. O termo tem relação com a marca americana de tintas Day-Glo.
[45] Tradução livre.
[46] Segundo Tom Kalinske, ex-presidente e CEO da SEGA dos Estados Unidos, (GDLK, 2020, 4m12s).

contudo, lhe faltavam jogos tão populares quanto o Super Mario Bros que pudessem vender o console no mercado nacional. Com a falta de sucesso em seu país, a SEGA apostou suas fichas nos Estados Unidos, onde eles redesenharam e relançaram o Mega Drive um ano depois, que ficou conhecido por lá como SEGA Genesis. Quanto ao título principal que eles precisavam, em 1991 foi finalmente lançado o jogo Sonic the Hedgehog, criado por Yuji Naka, Naoto Ohshima e Hirozako Yasuhara, onde o personagem principal era um ouriço azul tão carismático quanto o encanador italiano. Naka disse que o intuito era fazer um jogo que a Nintendo não fizesse:

> Quando eu jogava *Mario* eu fiquei bastante frustrado porque apesar de eu ficar cada vez melhor, o primeiro nível continuava a levar o mesmo tempo para ser concluído. (...) Na época, eu queria que o tempo encurtasse e meu jogo ficasse mais rápido conforme eu melhorava, então eu criei o *Sonic*[47] (DONOVAN, 2010, posição 5131).

A estratégia que Tom Kalinske[48], presidente e CEO da SEGA no início dos anos 1990, adotou para que a empreitada fosse bem sucedida seguia os seguintes passos: a) diminuir os preços do console; b) derrotar o Mario; c) mais jogos de esportes que refletissem a maneira como eles aconteciam na vida real para atrair o público jovem; d) ser *cool* para os adolescentes; e) tirar sarro da Nintendo.

Figura 16 - Mega Drive lançado no Japão

Fonte: Wikimedia[49] (2011)

[47] Tradução livre.
[48] É Guerra! (Temporada 1, ep. 4). **GDLK** [série documental]. Estados Unidos: Netflix, 2020. (4m58s)
[49] Disponível em: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sega-Mega-Drive-JP-Mk1-Console-Set.png> Acesso em: 24 jul de 2020.

Figura 17 - SEGA Genesis lançado nos EUA

Fonte: Wikimedia[50] (2013)

Desse modo, as desenvolvedoras japonesas Nintendo, SEGA e também Sony tomaram a dianteira da criação de hardware da indústria e sedimentaram a popularidade e hegemonia dos videogames domésticos, causando um deslocamento majoritário do local de jogatina do espaço público para o privado, principalmente para os espaços já ocupados pelos televisores no espaço familiar (BELLO, 2016).

Quanto ao mercado dos jogos eletrônicos para computadores, Bello (2016) explica que em 1980, a Apple também enfrentou uma crise semelhante ao momento de decadência dos jogos para console caseiros, mas a ascensão de outras empresas como a Microsoft e a IBM ajudou a manter uma estabilidade dessa plataforma, cujas funções incluíam os games, mas iam além deles. Segundo Aranha (2004), a experiência da atualização dos jogos no PC trouxe uma gama de recursos novos para eles. Todo este potencial comunicativo dos videogames era percebido por aqueles que desenvolviam os computadores,

> provocando a indústria de PCs no sentido de expandir para todo o dispositivo aquele modo de participação verificado nos jogos, aquela experiência mediada por linguagem que articulava imagens e sons através da participação ativa do usuário. Estas inquietações conduziriam à elaboração do conceito de *interface* como base de ligação do usuário à máquina. Enquanto os *consoles* passariam a experimentar novas configurações no uso dos jogos que ampliassem as formas de uso. Desenvolve-se a partir disto o conceito de multi-player, sistema no qual múltiplos usuários participam de um mesmo jogo, dando origem à prática coletiva e simultânea em um mesmo jogo (ARANHA, 2004, p. 45).

[50] Disponível em: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sega-Genesis-Mk2-6button.jpg> Acesso em: 24 jul de 2020.

Assim, os arcades cederam o seu lugar para os consoles caseiros e jogos para computador. Esse período foi repleto de inovações importantes, tanto tecnológicas quanto de conteúdo, que estabeleceriam os padrões para os futuros suportes e gêneros de jogos eletrônicos, de acordo com Malliet e Meyer (2005).

É sabido que os filmes serviram como fonte de inspiração para os videogames desde a era dos arcades, como o caso do Space Invaders, entretanto, Bello (2016) aponta que ao final da década de 1990, os jogos passaram a se apropriar da linguagem cinematográfica e desenvolver gráficos cada vez mais próximos da realidade.

> Pelo menos três jogos se tornam paradigmáticos e clamados como "melhores games de todos os tempos": *Final Fantasy VII* (Squaresoft, 1997), *The Legend of Zelda: Ocarina of Time* (Nintendo, 1998) e *Metal Gear Solid* (Konami, 1998). O primeiro trazia quase ineditamente animações em CGI[51] com cenas de ação e visualmente "realistas" para o momento tecnológico; o segundo transformou um jogo cartunesco em 2D em uma saga épica em três dimensões com personagens também representados de forma naturalista; o terceiro bebia diretamente em filmes de espionagem do cinema (BELLO, 2016, p. 46).

Figura 18 - Screenshot do jogo Final Fantasy VII no PlayStation 1[52] em 1997

Fonte: Grand Master Sho-Nuff[53] (2020)

[51] CGI = *Computer Graphics Imagery*. Termo que se refere a imagens geradas em computador.
[52] Primeira geração de consoles *PlayStation* produzidos pela *Sony*.
[53] Disponível em: <http://www.grandmastershonuff.com/Harlem/Blog/Savepoint-Final-Fantasy-VII> Acesso em: 26 jul. de 2020.

Figura 19 - Screenshot do jogo Final Fantasy VII Remake no PlayStation 4[54] em 2020

Fonte: Jovem Nerd[55] (2019)

Nesse contexto, com a criação dos consoles domésticos e jogos para PC, os videogames adentraram de vez os ambientes domésticos, promovendo mudanças no comportamento das crianças e adolescentes, pois eles começaram a passar mais tempo dentro de casa jogando esses jogos - nessa época essa era uma prática relacionada quase que essencialmente à atividade infanto-juvenil - e ocupando um espaço onde já havia um televisor ou computador, evidencia Bello (2016). O autor também aponta que esse aspecto traz importantes questões quanto ao papel da mulher nesse contexto, já que até hoje o mundo dos *games* é considerado algo quase que exclusivamente para o público masculino, fazendo com que consequentemente ele seja ocupado predominantemente por homens, seja enquanto jogador, *streamer*[56], desenvolvedor ou outro papel que esteja relacionado a esse nicho.

> Sim, rola assédio. Sim, está enraizado. Mas as gamers não podem desistir, porque o mercado de videogames só tem 10% de mulheres desenvolvedoras e a gente precisa ter 50%. Quando a gente alcançar esse número, teremos mais personagens femininas escritas por meninas (GASI, 2017).

[54] Quarta geração de consoles *PlayStation* produzidos pela *Sony*.
[55] Disponível em: <https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/jogamos-final-fantasy-vii-remake/> Acesso em: 26 jul. de 2019.
[56] *Streamers* são indivíduos que fazem transmissões ao vivo em plataformas online - como Youtube, Twitch, Afreeca, Douyu, etc. - jogando algum jogo. Essa é uma atividade que pode ser casual ou profissional, uma vez que empresas - sejam essas citadas anteriormente ou organizações relacionadas aos *esports* - contratam jogadores ou personalidades para cumprirem esse papel em seu portifólio.

Mesmo com o sucesso de Pac-Man, o qual foi idealizado para incluir as mulheres em sua demografia com o intuito de tornar o ambiente masculino dos arcades igualmente atraentes para casais, segundo seu criador Itawani (DONOVAN, 2010), apenas na década de 1990 que a indústria começou a se engajar em um debate sobre como atrair a audiência feminina. De acordo com Jenkins e Cassell (2011), a emergência dessa discussão se deu principalmente por cinco fatores:

a) **Economia** - com a saturação do mercado de *games*, onde a maioria dos meninos já jogava jogos para computador, investir em um novo grupo demográfico seria uma forma de expandir a parcela de consumidores em um momento crítico;
b) **Política** - mesmo com os esforços do movimento feminista para desmistificar o campo da tecnologia, a diferença de gênero presente na indústria de computação continuava a crescer na época. Desse modo, estudiosos e educadores passaram a ver os jogos eletrônicos como uma ferramenta para introduzir e incentivar as mulheres a seguirem carreiras no ramo tecnológico;
c) **Tecnologia** - com a introdução dos jogos para computador, os consumidores que não tinham acesso aos consoles na época passaram a ter acesso aos jogos em suas casas;
d) **Empreendedorismo** - havia um número crescente de mulheres atuando profissionalmente na indústria dos games, mas muitas tinham o desejo de criar jogos que refletissem seus ideais e experiências pessoais;
e) **Estética** - os jogos voltados ao público feminino possibilitaram o desenvolvimento de novas abordagens visuais dos jogos que já estavam inseridos no mercado, trazendo um aproveitamento inédito do potencial gráfico dos computadores da época.

Em 1996, o sucesso do jogo Barbie Fashion Designer da Mattel foi determinante para que as meninas fossem reconhecidas como público-alvo relevante para o mercado dos jogos digitais, fazendo com que muitas empresas passassem a investir nos que ficaram conhecidos como *pink games*: jogos com temáticas baseadas em estereótipos femininos como maquiagem, roupas, cuidados com a casa e com crianças, explica Blanco (2017).

> A estética desses títulos retomava o apelo *kawaii*[57] de *Pac-Man* sem as especificidades culturais japonesas, mas procurando conquistar as meninas pelo visual "fofo" que já predominava nos brinquedos voltados para esse público (BLANCO, 2017, p. 8).

Contudo, apesar do sucesso e importância dos *pink games* na época, esse estilo de jogo foi duramente criticado pelas mulheres associadas ao Girls Game Movement, um movimento impulsionado por jogos desenvolvidos especificamente para o público feminino. Em contraste ao Barbie Fashion Designer, o jogo Tomb Raider desenvolvido pela Core Design, bem como a personagem Lara Croft, acabaram atraindo várias meninas por conta da possibilidade de se jogar com um avatar[58] feminino, apesar do jogo não ter sido produzido com esse propósito e da personagem não ter sido criada com o intuito de ser uma figura feminina heróica e inspiradora na época, já que ela era mais uma personificação dos ideais masculinos sobre a mulher perfeita.

> A heroína de ação de *Tomb Raider* também se aproveitou do buzz acerca do movimento 'girl power' que emergiu em 1997. Mesmo que a expressão tenha sido usada para ajudar a promover o grupo pop do final dos anos 1990 Spice Girls, 'girl power' teve sua origem no movimento feminista underground 'riot grrls', que rejeitava o coletivismo das feministas anteriores em favor de uma visão mais individual e assertiva da feminilidade que abraçava a cultura pop. A posição de Lara Croft como uma intrusa no mundo dos videogames geralmente dominado por homens fez dela uma escolha natural para o movimento, apesar dela originar-se nas fantasias masculinas[59] (DONOVAN, 2010, posição 6273).

Outro ícone importante do Girls Game Movement foi Brenda Laurel, criadora da desenvolvedora de jogos Purple Moon, que era dedicada a produzir *games* para garotas. Segundo Blanco (2017), os títulos da empresa eram frutos de cuidadosas pesquisas de mercado junto a meninas com idades entre 8 a 12 anos, que constataram que esse público tinha interesse em jogos focados principalmente nos relacionamentos entre personagens e questões do cotidiano como a socialização na escola, assim, os jogos da Purple Moon privilegiavam o diálogo e a resolução de conflitos entre personagens, eliminando a competitividade e violência de títulos como Doom (1993) e Mortal Kombat (1992) e ficando conhecidos como *purple games*, termo que referenciava de maneira geral jogos de

---

[57] O termo *kawaii* em japonês significa fofo. Também representa um cultura estética japonesa que reflete o significado da palavra.

[58] O termo avatar tem origem na crença hinduísta, referindo-se a uma divindade materializada em forma humana ou animal quando a mesma desce à Terra. No âmbito dos *games*, ele refere-se a um personagem inteiramente digital que empresa sua vida simulada e cibercorpo para o transporte identificatório do jogador nos mundos paralelos do ciberespaço (SANTAELLA, 2003).

[59] Tradução livre.

caráter semelhante na época. No entanto, a autora denota que apesar do sucesso da Purple Moon ser visto como positivo por parte dos estudiosos, feministas como a colunista da revista *Ms*. Rebecca L. Eisenberg (1998) criticaram bastante esta e outras desenvolvedoras pela não-ruptura dos estereótipos femininos existentes desde os *pink games*. Assim, o Girls Game Movement "acabou perdendo força ao final dos anos 90, com o falência da Purple Moon em 1999, mas deixou como legado uma relevante produção teórica sobre games e gênero", conclui Blanco (2017, p. 10).

De forma complementar, Gasi (2020) aponta que na época dos arcades e da Nintendo as propagandas de videogame eram feitas para a família, já que eles eram um produto cultural que era tido meramente como brincadeira de criança, entretanto, a partir do PlayStation 1 elas passaram a focar uma audiência de homens majoritariamente brancos. Ela cita no vídeo "Lara Croft: sobre mulheres e games" o caso da propaganda da Sony no lançamento do console portátil PSP (PlayStation Portable) que tinha como lema "*White is coming*", ou em tradução livre "O branco está vindo".

Figura 20 - Propaganda do PSP em um outdoor na Holanda

Fonte: Reddit[60] (2014)

Quanto às mulheres, Gasi (2020) comenta a questão da objetificação feminina nos *games*, explicando que o problema não são as características físicas idealizadas em si, mas o fato de uma personagem ter peitos e bundas grandes junto a uma cintura extremamente fina para o público masculino observá-la enquanto joga. Nesses casos, então, a figura da

[60]Disponível em: <https://www.reddit.com/r/AdPorn/comments/1syqz0/playstation_portable_white_is_coming_sony_doesnt/> Acesso em: 03 ago. de 2020.

mulher não tem o intuito de ter agência nesse universo, mas sim de servir como um objeto atrativo para atingir determinado grupo. Sobre outras minorias como negros e indivíduos da comunidade LGBTQIA+, as questões de inclusão se tornam ainda mais complexas mesmo nos dias de hoje, mas pesquisadoras e desenvolvedoras de jogos que se identificam como transgênero como Anthropy (2012) têm buscado essa mudança de cenário.

Em geral, assim como foi possível ver essa circunstância nos esportes desde à Antiguidade no capítulo anterior, o mundo dos videogames também carrega essas questões de desigualdade de gênero, raça e orientação sexual que estão enraizadas na nossa sociedade. Tais aspectos são acentuados principalmente pelos jogos eletrônicos serem produtos que são voltados ao consumo indistinto, denota Bello (2016), havendo um claro recorte de classe em quem pode obter o equipamento necessário para jogar e outro recorte em produtos só acessíveis aos mais abastados ou dispostos a comprometerem seu orçamento diante do seu fascínio pelo objeto (como edições de colecionador, *skins*[61], DLCs[62] entre outros). Desse modo, o autor aponta que esses conteúdos particulares que destacam e permitem acessos privilegiados impõem, mesmo dentro dos jogos, uma hierarquia socioeconômica que parece ser cada vez mais a regra.

Por fim, nesse tópico foi possível ver que o jogo em si materializa e tangibiliza a fantasia de forma mais intensa que outros meios de expressão como música, livros e filmes, pois graças à sua engrenagem, ele estabelece-se não no âmago do fantasioso, como talvez apenas a música, em sua sinestesia, consiga alcançar; nem apresenta o fantasioso como uma miragem, como faz o cinema (ONÇA, 2014), mas na zona fronteiriça entre o mesmo e a realidade. Com isso, os videogames dão início a uma inédita consumação em massa da fantasia. A novidade nesse sentido está no fato da fantasia passar a cumprir não apenas o papel de cenário para o transcorrer do jogo, mas também passa a operar como um campo mais amplo para a expressão e comunicação dos indivíduos, segundo Onça (2014), de modo que mesmo no caso dos videogames, onde eles se manifestam no virtual, sua condição permanece inalterada, pois só entra no jogo aquele que concede à realidade do mesmo prioridade sobre a realidade exterior, seja ela física ou virtual.

---

[61] A *skin* é um visual alternativo dos personagens de um jogo, é a sua caracterização alternativa.

[62] DLCs significam "*downloadable content"* ou "conteúdo baixável", em livre tradução. No contexto dos videogames, elas são um conteúdo de extensão da versão primária do jogo, podendo se tratar de novos níveis, expansão de territórios, novas missões ou novos personagens.

4.1.2. O League of Legends enquanto jogo eletrônico

Após essa contextualização histórica dos videogames, chegou o momento de nos aprofundarmos na primeira parte do nosso objeto de estudo. Aqui, então, introduziremos o jogo League of Legends para que seja possível analisá-lo adiante no contexto das produções culturais na sociedade capitalista.

Sendo assim, o League of Legends (ou LoL como é comumente conhecido pelos jogadores e usuários) é um jogo eletrônico gratuito criado para PC pela desenvolvedora americana Riot Games e lançado em 2009. Ele se encaixa no gênero MOBA[63](Multiplayer Online Battle Arena*)* por se tratar de um jogo que envolve estratégias e táticas em tempo real enquanto duas equipes batalham no mapa de Summoner's Rift[64], que é dividido em dois lados: o Azul e Vermelho. Sua condição de vitória é destruir o Nexus[65] da base inimiga antes dos seus adversários, para isso os jogadores devem seguir etapas e cumprir objetivos menores durante o jogo, afinal para se chegar ao Nexus antes se deve destruir as estruturas que o protegem. No mapa do LoL existem ao todo onze Torres[66] e três Inibidores[67] cercando o território de cada time do jogo, no entanto é importante ressaltar que os jogadores não precisam necessariamente destruir todas essas estruturas para derrubar o Nexus inimigo e vencer, apenas o suficiente para que consigam cumprir o objetivo final.

---

[63] O MOBA é um gênero de jogos eletrônicos em que basicamente os jogadores controlam personagens durante uma batalha entre duas equipes com o objetivo de derrubar a base inimiga.

[64] *Summoner's Rift* é o nome do território virtual onde os jogadores de duas equipes se enfrentam no *League of Legends*.

[65] O *Nexus* é o coração da base de uma equipe no LoL.

[66] As Torres protegem o seu território inferindo dano aos jogadores ou aos minions por meio de "raios laser". Elas se dividem em quatro escalões no mapa: as três Torres tier 1 são as mais distantes da base e oferecem mais resistência; em seguida estão as três Torres tier 2 que se encontram no meio das rotas; depois vêm as três Torres tier 3 que se estão exatamente na frente de cada abertura da base; e por fim existem as duas Torres do *Nexus*, que se localizam bem à frente dele.

[67] Inibidor é o nome da estrutura da base de uma equipe que ajuda proteger o *Nexus*. Ao ser destruído, ele permite o surgimento de Super Minions nas tropas inimigas, que são soldados maiores e mais resistentes.

Figura 21 - Mapa Atual de Summoner's Rift

Fonte: Da autora

> A semente do *League of Legends* foi plantada no jogo de estratégia *Starcraft* (1998), da Blizzard. Graças ao editor de mapas que vinha junto do software, algo normal no computador, os jogadores faziam suas próprias arenas de batalha e conseguiam, de maneira um tanto quanto precária, mudar as regras do objetivo central do jogo, que é o de usar suas tropas para destruir o exército inimigo (VARELLA, 2020a, p. 172).

Para auxiliar os participantes na conquista desse objetivo, eles contam com tropas de minions - ou mini soldados - que são liberadas pelo Nexus no minuto 1:05 e percorrem as três rotas principais do mapa, de modo que cabe aos jogadores organizá-los e utilizá-los da melhor maneira. Essas tropas, ou ondas de minions, nascem constantemente a cada trinta segundos ao longo da partida, uma vez que um dos objetivos menores é destruí-las para

obter tanto o controle do território inimigo quanto experiência e dinheiro para elevar o nível do seu personagem, fortalecendo-o no jogo. A ordem de nascimento dos soldados é a seguinte: 1) **Super minions:** que nascem quando o inibidor de uma rota inimiga é destruído e se extinguem quando o mesmo renasce posteriormente. Quando um Inibidor de uma rota é destruído nasce apenas 1 Super minion, mas quando todos os Inibidores inimigos são destruídos, nascem dois por rota; 2) **Minions *melee*[68]:** são os minions que irão batalhar entre si e que eventualmente ajudam a causar danos às Torres e Inibidores. A cada onda nascem três deles; 3) **Minions canhão:** são os soldados que vão causar dano direto e maior às estruturas do mapa, por conta disso eles só surgem em intervalos específicos. Nos primeiros quinze minutos, nasce um a cada três ondas. Depois desse período, nasce um a cada duas ondas, e após os vinte e cinco minuto, nasce um em cada onda. Contudo eles não são lançados quando os Super minions estão presentes; 4) **Minions magos:** possuem função igual a dos Minions *melee*, porém ao invés de lutarem corpo a corpo com a tropa inimiga, atacam à distância por meio de feitiços. Também nascem três a cada onda.

Outros elementos importantes no jogo que podem ajudar um time a conquistar a vitória são:

- **Aronguejos:** são criaturas/objetivos neutros que ao serem tomados fornecem uma visão parcial da parte superior ou inferior do rio. Eles nascem ao longo do jogo esporadicamente;
- **Arauto do Vale:** é uma versão "corrompida" dos Aronguejos, sendo uma criatura que atualmente nasce duas vezes ao longo do jogo e é utilizada pelos jogadores para causar danos às estruturas do mapa;
- **Azuporã (popularmente conhecido como Azul ou Blue):** criatura azulada que renasce ao longo do jogo e fornece ao jogador o poder de regenerar sua mana[69] de forma mais rápida por um determinado período;
- **Rubrivira (popularmente conhecido como Vermelho ou Red):** criatura avermelhada que também renasce ao longo do jogo e fornecer ao jogador o poder de recuperar sua vida enquanto não está em combate por um determinado período;
- **Barão de Na'Shor:** criatura que surge a partir dos vinte minutos de jogo e concede o aumento de dano de ataque e poder, bem como permite um

[68] *Melee* é um termo que no contexto dos videogames caracteriza o combate corpo a corpo.
[69] No contexto do LoL, podemos dizer que a mana refere-se à barra de energia de cada campeão no momento do jogo.

retorno à base mais acelerado, aos jogadores vivos da equipe que o executa. Ele pode nascer mais de uma vez caso as partidas se estendam por muito tempo;

- **Dragões Elementares:** existem quatro dragões elementares no jogo: a) o Dragão Infernal, que representa o elemento fogo, fornece à equipe que o conquista um aumento percentual no Dano de Ataque e no Poder de Habilidade, auxiliando nas lutas e combates; b) o Dragão do Oceano, que representa o elemento água, fornece uma regeneração percentual da vida daqueles que o conquistam; c) o Dragão da Montanha, que representa o elemento terra, fornece um aumento percentual de Armadura e Resistência Mágica a aqueles que o conquistam; d) e o Dragão das Nuvens, que representa o elemento ar, fornece redução no tempo de recarga da ultimate[70]dos jogadores da equipe que o conquistou. Durante uma partida, apenas três deles nascem. Além disso, atualmente, a magia elemental do terceiro dragão passa a afetar o mapa do jogo, transformando-o de acordo com o seu elemento (fogo, água, terra, ou ar);
- **Dragão Ancião:** atualmente ele surge após uma equipe reivindicar uma Alma de Dragão Elemental. Por meio do poder da "Amolação Anciã", ele fornece maior dano de execução dos inimigos para a equipe que o conquista, podendo gerar abates instantâneos caso a vida do adversário esteja baixa.

Quanto à sua narrativa lúdica, o League of Legends possui cinco papéis que os usuários podem escolher e se aprimorar, são eles:

- ***Top-laner*:** jogador que inicia o jogo na rota superior do mapa;
- ***Mid-laner*:** jogador que inicia o jogo na rota do meio do mapa;
- ***Jungler* (ou Caçador):** jogador que controla os campos da selva no mapa, normalmente assegura os objetivos menores do jogo (Barão, Aronguejos, Arautos, Dragões, entre outros), pois estes se encontram no meio da selva, e auxilia no controle das outras rotas;
- ***AD Carry* (ou Atirador):** jogador que inicia o jogo na rota inferior do mapa junto ao Suporte e que normalmente é o encarregado de dar mais dano ao time inimigo;

[70] A ultimate de um personagem é o seu ataque especial, por conta disso possui um tempo de recarga para ser utilizada, diferente do ataque básico que pode ser usado a todo momento.

- ***Support* (ou Suporte):** jogador que inicia o jogo na rota inferior junto ao Atirador e que normalmente é o encarregado de proteger o time dos ataques inimigos.

Apesar de existirem esses cinco papéis, as funções de cada um podem variar de acordo com o estilo do jogador, campeão escolhido, estratégias, composição, etc.

O desenvolvimento do League of Legends teve início em 2006, porém seu lançamento só aconteceu em 2009. O jogo utiliza-se de servidores individuais, fazendo com que ele seja jogado em regiões de forma independente e separada. Atualmente existem doze servidores em funcionamento: na América do Norte; na Europa Ocidental; na Europa Nórdica e Oriental; na Rússia; na China; na Coréia do Sul; no Sudeste Asiático; no Japão; no Brasil; na América Latina do Sul; na América Latina do Norte; na Oceania; e na Turquia. Em outras palavras, um jogador do Brasil, por exemplo, não pode jogar com jogadores norte americanos no servidor brasileiro, assim, caso haja essa vontade ou intuito é preciso viajar até a região de determinado servidor. É válido também ressaltar que a Riot Games não opera todos eles, no Sudeste Asiático a responsabilidade é da Garena (um provedor de plataformas de internet da região) e na China é da Tencent, empresa holding da Riot Games.

No entanto, Varella (2020a, p. 174) aponta que a maior ousadia da empresa "foi apostar em um modelo de negócios *freemium* (o chamado, *free to play*, ou ainda F2P)". Desse modo, para jogar League of Legends o usuário só precisa baixar o jogo e instalá-lo gratuitamente em seu computador ou laptop. Agora, "se o jogador quiser destravar personagens de forma mais rápida ou comprar vestimentas especiais - sem interferência na jogabilidade, é importante frisar - aí, sim, deve pagar" (Ibid., p. 174). Nesses casos, o jogo exige que o usuário gaste dinheiro comprando RPs, a moeda de pagamento da plataforma, para adquirir os campeões[71] com os quais deseja jogar, ou outros produtos no jogo como as *skins*. Ao todo, hoje, o League of Legends possui mais de cento e quarenta campeões, e sua popularidade deve-se bastante não só à sua estética e jogabilidade simples, mas também a esse modelo de negócios, que torna o jogo mais acessível de certa forma. Dados da Newzoo[72] apontam que o LoL é o jogo para PC mais jogado do mundo atualmente.

---

[71] Os personagens de League of Legends são oficialmente denominado campeões

[72] Dados equivalentes ao período de janeiro de 2018 a julho de 2020. Disponíveis em: <https://newzoo.com/insights/rankings/top-20-core-pc-games/> Acesso em: 01 ago. de 2020.

Além disso, o LoL possui diversos módulos alternativos - cada qual com seu objetivo - para os usuários escolherem. Esse que acabamos de descrever é a tradicional partida PvP (*Player versus Player*) em Summoner's Rift. Essas partidas podem ser jogadas de duas maneiras: no sistema "normal game", onde o jogador joga contra uma Inteligência Artificial; ou no sistema de partidas ranqueadas, que servem literalmente para classificar os jogadores em categorias de acordo com sua performance e frequência com a qual jogam, onde os indivíduos podem acabar jogando com pessoas completamente desconhecidas ou com amigos, ou ainda serem selecionados para um papel com o qual não estão familiarizados a jogar - nesse caso, o jogador pode negociar com seus colegas de equipe para mudar sua posição, a decisão final fica a cargo deles.

Outros módulos lançados para o público experienciar o jogo de maneiras diferentes são: o ARAM, o TFT (Team Fight Tactics), URFeA, Todos por Um, Nexus Blitz, Odisseia, Guardiãs Estelares e Lua Sangrenta. É importante ressaltar que alguns desses modos são temporários, sendo introduzidos juntos a eventos competitivos importantes do cenário, enquanto outros, devido à impopularidade ou problemas de servidor, foram encerrados. Contudo, esse estudo irá se focar somente na partida tradicional de PvP em Summoner's Rift, onde dez jogadores ao todo participam e lutam pelos objetivos mencionados acima, pois esse é o módulo utilizado no cenário competitivo.

De forma geral, videogames como o League of Legends são mais complexos que essa introdução apresentada. No entanto, o trabalho não tem como objetivo analisar extensivamente a sua jogabilidade ou o seu design, portanto, não se considerou necessária uma explicação ou biografia detalhada de cada um de seus elementos. A intenção aqui é que se possa compreendê-lo enquanto jogo em si o suficiente para refletirmos sobre suas narrativas e seu lugar na sociedade atual.

Assim, cabe aqui analisar o LoL sob os conceitos categóricos de jogo de Caillois (1990). O autor quando trabalhou nas suas quatro classificações não levou em conta o caráter híbrido que muitos jogos dos dias de hoje possuem, muito por conta da época em que sua obra foi publicada. Essa hibridização, como denota Macedo e Filho (2015), é muito complexa no caso do League of Legends, pois as quatro categorias manifestam-se em maior ou menor grau, dependendo de como o jogador encara o jogo, ou mesmo do módulo que ele é jogado. De qualquer maneira, é interessante pensar como elas podem se manifestar no LoL.

Talvez a *âgon* seja a característica mais fácil de ser identificada, uma vez que o jogo não oferece nenhum tipo de vantagem aos participantes quando é iniciado. Todos comandam apenas um campeão, como os personagens são denominados no LoL, começam com a mesma quantidade de itens, feitiços, ouro, torres e exército de minions, por exemplo. A narrativa do próprio jogo e dos personagens já parte de um roteiro inicial projetado pela desenvolvedora. A *alea*, no âmbito da sorte determinar os direcionamentos do jogo, pode ser identificada logo na escolha dos campeões e das rotas que cada um jogará, pois na maioria das vezes os jogadores caem em equipes de forma aleatória, e é comum que uma rota seja mais disputada que outra. Além disso, cada jogador deve banir um campeão antes de escolher o que será utilizado na partida – uma forma de reforçar a necessidade de estratégias e táticas durante o jogo. No que tange a *mimicry*, o LoL estabelece um universo fictício e suas próprias mitologias. Enquanto os jogadores batalham entre si, na forma de seus campeões no plano virtual, eles podem assumir suas identidades e subjetividades. Elementos como os efeitos sonoros, visuais, falas dos personagens, estética e competitividade podem auxiliar nessa imersão, bem como os laços emocionais do jogador com o jogo e campeões favoritos. Vale também ressaltar a prática de *cosplay* de personagens durante os eventos de LoL, isto é, quando as pessoas se fantasiam e se caracterizam de seus personagens preferidos. Já a *ilinx* talvez seja a característica mais subjetiva, pois depende da imersão do jogador na partida e sua competitividade. Outros fatores, além do emocional dos indivíduos, tais como a duração e intensidade de uma batalha, uma jogada épica, ou até os efeitos especiais podem causar uma sensação de vertigem, destruindo a estabilidade da percepção do jogador seja no sentido físico, seja na diferenciação entre o real e o virtual, ou no sentido lúdico do jogo. Nesse sentido, as quatro categorias de Caillois (1990) acabam por influenciar as experiências narrativas que se desenvolvem desde antes do jogo ser propriamente jogado.

4.1.3 Videogames na sociedade: entre o lúdico, o trabalho e a arte

Huizinga (1995) na sua definição de jogo exprime que ele é uma prática necessariamente improdutiva, com a qual não se pode obter lucros. Caillois (1990), igualmente, propõe que mesmo que o jogo envolva bens materiais em apostas ou jogo de azar, o somatório do resultado final é o mesmo do início, não gerando qualquer tipo de

lucro. A questão é que tal pensamento entra conflito em meio a uma sociedade capitalista, afinal, esse sistema é um movido essencialmente pelo lucro.

Como Varella (2020b) ressalta, não há como analisar a história de qualquer expressão artística sem considerar o mercado. Desse modo, esse tópico se propõe a refletir sobre os videogames em dois aspectos principais: no contexto da produção cultural na lógica do capitalismo e da globalização; e os seus desafios enquanto poética tecnológica em uma sociedade.

Adorno e Horkheimer (2002), em sua obra “Dialética do Esclarecimento”, discutem que o despertar do sujeito faz com que os mitos convertam-se em esclarecimento, e a natureza torna-se objetiva. “O preço que os homens pagam pelo aumento de seu poder é a alienação daquilo sobre o que exercem poder. O esclarecimento comporta-se com as coisas como o ditador se comporta com os homens. Este conhece-os na medida em que pode manipulá-los.” (Ibid, p. 6).

Nesse sentido, a Indústria Cultural, ao massificar a cultura, age de maneira semelhante ao que Debord (1997) veio a descrever como Sociedade do Espetáculo, isto é, serve como uma forma de poder sobre as massas, alienando-as por meio do entretenimento. Na lógica de seu funcionamento, os autores descrevem que ela desencadeia uma homogeneização da cultura, banalizando a arte e a cultura popular autêntica.

Por outro lado, Martel (2013) indica que nesses tempos de financeirização da economia surge um “capitalismo hip”, uma forma de capitalismo que ele considera “avançado”, global e ao mesmo tempo muito centrado e muito descentralizado, uma força criadora e destruidora. Esse conceito vai de encontro ao conceito de globalização apresentado por Hall (2016), de que ela é um processo contraditório onde culturas mais dominantes e culturas “indígenas” confrontam-se num embate complexo, que por um lado segue um caminho de homogeneização cultural, e por outro segue uma identidade local que tem o poder de subverter a primeira.

> A realidade é mais nuançada e mais complexa: existe ao mesmo tempo homogeneização e heterogeneização. O que acontece: a ascensão de um entretenimento mainstream global, em ampla medida americano, e a constituição de blocos regionais. Além disso, as culturas nacionais são reforçadas em toda parte, muito embora o "outro" referencial, a "outra" cultura seja cada vez mais os Estados Unidos. Finalmente, tudo se acelera e se mistura: o entretenimento americano muitas vezes é produzido por multinacionais europeias, japonesas e já agora também indianas, ao passo

> que as culturas locais são cada vez mais coproduzidas por Hollywood (MARTEL, 2013, p. 420).

Assim, Martel (2013) sugere o uso do termo “indústrias criativas” ou “indústrias de conteúdo” ao invés de “indústrias culturais”, pois as estas não são mais fábricas como os estúdios da época de ouro de Hollywood, mas redes de produção constituídas de centenas de milhares de pequenas e médias empresas e *startups* num contexto onde as culturas, a mídia e a internet misturam-se ininterruptamente. Com isso, o “capitalismo hip” deixa de ser monolítico, transformando-se e se adaptando a todo instante. Segundo o autor, esse é um modelo dinâmico que muitas vezes privilegia a criatividade em detrimento da homogeneidade, mas que ao mesmo tempo não nega a existência de uma tendência inversa, menos arriscada, como o caso das franquias no cinema.

Os videogames, então, surgem como um novo produto cultural nesse sistema, e como tal, buscam sua legitimação na sociedade (seja no âmbito acadêmico, seja no senso comum). Varella (2020a) nomeia de maneira direta seu livro como “Videogame, a Evolução da Arte”. Essa é uma afirmação, no mínimo, controversa, já que muitos estudiosos pensam a arte como algo crítico, transformador, o oposto ao entretenimento.

> Para muitos teóricos da estética, há uma distinção entre obra de arte e entretenimento que consiste, em termos gerais, em defender que a obra de arte, dentro da perspectiva das vanguardas modernistas no século XX, é uma manifestação que pode causar choque e transformação social, ao passo que o
> entretenimento seria uma mercadoria que visaria à alienação das massas através do divertimento (BELLO, 2016, p. 54).

Roger Ebert, falecido crítico de cinema e roteirista americano, instaurou uma completa revolta na comunidade *gamer* ao afirmar que videogames nunca poderiam ser arte (no sentido mais clássico da arte na alta cultura) em um artigo no seu blog. Após um debate com seus leitores, onde diversos deles comentaram que os jogos afetaram-os como arte, ele confessa na postagem seguinte “*Okay kids, play my lawn*” que não deveria ter escrito sobre essa mídia sem estar familiarizado com a real experiência que os videogames proporcionam. Ebert retifica-se ao dizer que, apesar de ainda não achá-los uma manifestação artística, ele concordava que a experiência subjetiva pelas quais seus leitores passaram através dos jogos pode ser considerada arte.

Sim, os jogos podem ser obras feitas completamente para o entretenimento, sem pretensões além da diversão que os envolve, mas eles também podem ser manifestações que vão contra a produção cultural homogênea através do nicho dos jogos *indies*[73] e da inserção de minorias capacitadas (mulheres, negros e indivíduos da comunidade LGBTQIA+) no mercado para garantir uma representatividade cada vez maior na comunidade *gamer*; ou mesmo ser críticos de sua própria indústria. Um exemplo recente é o caso da empresa Epic Games que reproduziu o icônico comercial da Apple de 1984 no seu jogo Fortnite como protesto ao monopólio da própria Apple na indústria dos jogos *mobile*.

Em contramão, Weiller (2017), designer e produtora de jogos brasileira, afirma que jogos *não* são arte porque essa palavra já não tem mais uso nos dias de hoje. Seu texto pontua que durante o Renascimento e os séculos seguintes existia um grupo de pessoas que definia as regras que determinavam claramente o que era ou o que poderia ser arte. "O ápice do poder desta instituição foi no século XIX, quando a Academia de Belas Artes teve o poder de determinar até quais artistas poderiam ser exibidos ou não e quais obras entrariam nas galerias naquele ano" (2017, n. p.). No entanto, tudo mudou em 1917 quando Duchamp exibiu a obra "Fonte", que era literalmente um simples mictório. Desse modo, segundo ela, o questionamento deixou de ser sobre o que a arte pode retratar e a maneira como deve ser feita e passou a ser "que tipo de arte é essa?" ou "a arte realmente importa?", afinal agora qualquer coisa pode ser arte. Além disso, Weiller (2017) cita que os artistas na atualidade muitas vezes separam-se do processo de fazer a arte em si, terceirizando a sua realização (e aqueles que a concretizaram normalmente são os anônimos por trás das obras), tornado tais artistas apenas "pessoas de ideias". Com isso, esse foco em "criar conceitos" cria uma divisão quase impossível de ser rompida por novos artistas, adiciona ela.

Machado (2001), num contexto semelhante, identifica que com os avanços tecnológicos

> agora, é a máquina que realiza o trabalho "físico" da obra, cabendo ao artista o trabalho intelectual e a atividade imaginativa. Teoricamente, pelo menos, um artista pode produzir qualquer espécie de paisagem real ou imaginária, mesmo não tendo a menor destreza manual para a pintura, ou compor uma complexa peça musical, mesmo não tendo habilidade com instrumentos musicais ou não sabendo ler partitura: a máquina executa essas tarefas no seu lugar, desde que ele saiba conceber corretamente a

[73] Isto é, jogos alternativos que são não produzidos pela grande indústria.

> estrutura significante da obra. Ora, mas isso não quer dizer absolutamente que a possibilidade de produzir arte foi colocada nas mãos de todos; apenas mudou o tipo de aptidão necessário para se criar a partir de máquinas de produção simbólica (MACHADO, 2001, p. 15-16).

Ele então propõe que mesmo que o artista produza arte à distância, terceirizada pelas máquinas e tecnologias, ele deve recusar a proposta do produto massificado e industrializado.

> As tecnologias, os artifícios, os dispositivos de que se utiliza o artista para conceber, construir e exibir seus trabalhos não são apenas ferramentas inertes, nem mediações inocentes, indiferentes aos resultados, que se poderia substituir por quaisquer outras. Eles estão carregados de conceitos, eles têm uma história, eles derivam de condições produtivas, econômicas e geopolíticas bem determinadas. As poéticas tecnológicas, como qualquer arte fortemente determinada pela mediação tecnológica, colocam o artista diante do desafio permanente de se contrapor ao determinismo tecnológico, de recusar o projeto industrial já embutido nas máquinas e aparelhos, evitando assim que sua obra resulte simplesmente num endosso dos objetivos de produtividade e hegemonia global da sociedade tecnológica (MACHADO, 2005, p. 79).

Quanto aos os jogos, a designer explica que eles são um meio que permitem o jogador experienciar sentimentos de diferentes natureza e isso os torna particularmente bons em fazer as pessoas se importarem com o que lhes é proposto. “Em um jogo, você não só participa ativamente nestes eventos, mas também é a força motriz que os faz acontecer. E isso é exclusivo dos jogos e é muito poderoso” (2017, n. p.). Corroborando com esse pensamento, Anthropy (2012) descreve que em geral os jogos transmitem ideias e cultura, e isso é algo que eles têm em comum com poemas, novelas, álbuns de música, filmes, esculturas e pinturas. Por exemplo, enquanto uma pintura transmite o que é experienciar um assunto por meio da imagem, um jogo transmite o que é experienciar um assunto enquanto um sistema de regras. A questão toda para Weiller (2017) é que eles são uma mídia nova comparado a esses exemplos mais antigos e estabelecidos na sociedade, e como tal:

> sentimos uma insegurança que nos leva a achar que precisamos provar nossa legitimidade. Para fazer isso, usamos linguagem de mídias passadas e tentamos enquadrar seus padrões. Mas, tentando tanto ser aprovado por mamãe e papai, outros meios de comunicação e artistas, acabamos perdendo nossa própria forma, nossa própria identidade (WEILLER, 2017, n. p.).

O que a autora quer dizer é que em sua visão não interessa realmente se os videogames encaixam-se ou não no conceito de arte, pois os eles não devem mudar para serem considerados como tal. Jogos já são "sua própria coisa". Contudo, mesmo ela insistindo em seu artigo que não devemos chamar um jogo de cinematográfico ou assemelhar sua narrativa a da literatura, não se pode negar as influências e interconexões que existem entre os produtos culturais, pois nesse contexto o videogame, apesar de único em sua interatividade, geralmente não existe por si só.

Já na lógica da Indústria Cultural e do consumo desenfreado estimulado pelo capitalismo, Bello (2016, p. 55) afirma "que o videogame passa a se apresentar como arte, apesar de ser um negócio. A qualidade artística dos *games* aparece como legitimadora e passa a se justificar, sobretudo, pela sua bem sucedida aventura econômica", pois quanto mais economicamente rentáveis, mais eles "definem a si mesmos como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores gerais suprimem toda dúvida quanto à necessidade social de seus produtos" (ADORNO; HORKHEIMER, 2002, p. 95). Prova disso são os dados da pesquisa anual da Newzoo[74], que estima que o mercado de *games* irá superar o valor de duzentos bilhões de dólares até 2023.

Entretanto, apesar dos jogos eletrônicos terem se estabelecido no mercado, movimentando valores astronômicos, e haver uma busca por um estatuto artístico por parte da indústria e da comunidade *gamer*, ainda é possível notar que muitas vezes eles são tratados de maneira trivial, sendo vistos como produtos rasos de entretenimento para crianças e adolescentes, a uma atividade de cunho infantil, um *hobby* ou até mesmo perda de tempo, embora estudos[75] indiquem que a idade média de um jogador é de 33 anos e que 65% dos adultos nos Estados Unidos joguem videogames rotineiramente. Varella (2020b) diz que essa marginalização dos games não poderia ser pior em um mundo que assiste à colonização das regras dos jogos em outras esferas da vida cotidiana. Afinal, o processo de gamificação nunca esteve tão presente nos nossos modos de viver quanto agora. Um exemplo disso, segundo o autor, é o fenômeno da "disseminação dos placares pelo mundo digital, uma das técnicas mais antigas para estimular os jogadores" (2020b, p. C4).

> A Uber te dá pontos, isso é videogame. O aplicativo de corrida te impõe metas e objetivos, isso é videogame. A cultura de videogame está

[74] Disponível em: <https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-games-market-numbers-revenues-and-audience-2020-2023/> Acesso em: 15 jul. de 2020.
[75] Dispomível em: <https://www.theesa.com/wp-content/uploads/2019/05/2019-Essential-Facts-About-the-Computer-and-Video-Game-Industry.pdf> Acesso em: 02 set. 2019.

> chegando à cabeça das pessoas. São as pessoas que não estão preparadas para isso. (...) Os aplicativos usam técnicas de gamificação. Hoje há mais curtidas, mais compartilhamentos, mais seguidores - isso também é um placar (VARELLA, 2020b, p. C4).

Essa mesma lógica de legitimidade pela incorporação também "nos é compreendida na inserção do videogame a uma continuidade de esforço do trabalho intelectual, mecânico e produtivo em uma lógica voltada ao entretenimento" (BELLO, 2016, p. 55), pois na Indústria Cultural a diversão é uma extensão do labor. Os indícios desse processo sãos os diversos projetos de gamificação nos ambientes de estudo e trabalho com a intenção de torná-los mais divertidos e produtivos.

Desse modo, McGonigal (2012) explica que essa perspectiva compreende que o esforço por si só não seria recompensador psicologicamente, então a ideia para resolver tal questão é a de introduzir elementos lúdicos dos *games* como pontuação e recompensas mais imediatas e prazerosas para transformar a concepção negativa do trabalho como um fardo a ser carregado. Alguns exemplos práticos em nossa sociedade são aplicativos como Duolingo, que disponibiliza o ensino de línguas estrangeiras numa estrutura de jogo (premiando a performance do estudante ao mesmo tempo que oferece o conhecimento de forma lúdica), e empresas como o Google e o Facebook, que oferecem serviços de lazer e ambientes de descontração para seus funcionários, vendendo o ideal do emprego dos sonhos por meio da imagem de sua cultura organizacional, alegando que seu objetivo é promover a qualidade de vida daqueles que ali trabalham. "Entretanto, apesar de sedutora, tal ideia abandona a crítica à exploração do trabalho, ao produtivismo e tanto outros problemas do capitalismo moderno em uma lógica tecnocrata e behaviorista disfarçada de melhoria de vida pela diversão" (BELLO, 2016, p. 55). Nesse ponto, Adorno (1977) argumenta que Huizinga (1995) falhou ao não perceber o ócio como um prazer secundário que habituaria as pessoas "às demandas das práxis", especialmente na sociedade capitalista. O jogo Animal Crossing da Nintendo retrata de maneira metalinguística essa lógica behaviorista e tecnocrata do contexto do capitalismo que explora trabalho através da máscara do lúdico. A premissa dele é simples, o seu personagem acaba de se mudar para um território novo e precisa de um lugar para morar, ao adquirir seu lote (ou sua casa), você cria uma dívida com o personagem Tom Nook que é paga por meio de atividades laborais apresentadas como lúdicas.

Lipovetsky e Serroy (2015) na obra "A Estetização do Mundo" discorrem sobre como a economia liberal arruína os elementos poéticos da vida social, pois graças à

homogeneização cultural ela instaura pelo globo os mesmo padrões de paisagens urbanas, de franquias comerciais e culturais, de redes de hotel, de bairros residenciais, de aeroportos, etc. Com isso, no contexto da Indústria Cultural de Adorno e Horkheimer (2002), o processo iniciado pela Revolução Industrial seguiu tornando o mundo cada vez mais oposto ao belo, ao bem viver. Entretanto, hoje a sociedade não se encontra mais nos tempos de produção industrial, onde indústria e cultura (não de massa, mas popular autêntica, local) remetiam a mundos distintos e inconciliáveis.

Assim, Lipovetsky e Serroy (2015, p. 14) sugerem que se é verdade que o capitalismo gera "o pior dos mundos possível", ele também está na origem de uma verdadeira economia estética e da estetização da vida cotidiana. Nesse modelo, então, "vivemos num mundo marcado pela abundância de estilos, de design, de imagens, de narrativas, de paisagismo de espetáculos, de músicas, de produtos cosméticos, de lugares turísticos, de museus e de exposições", onde se institui o capitalismo artista. Bauman já indicava essa tendência ao discutir a modernidade líquida.

> Amor líquido é um amor "até segundo aviso", o amor a partir do padrão dos bens de consumo: mantenha-os enquanto eles te trouxerem satisfação e os substitua por outros que prometem ainda mais satisfação. O amor com um espectro de eliminação imediata e, assim, também de ansiedade permanente, pairando acima dele. Na sua forma "líquida", o amor tenta substituir a qualidade por quantidade — mas isso nunca pode ser feito, como seus praticantes mais cedo ou mais tarde acabam percebendo (BAUMAN, 2016, n. p.)

Dessa forma, os autores afirmam que o desenvolvimento do capitalismo financeiro não exclui a potencialização desse capitalismo artista que vem como uma solução da indústria para romper com o modelo de regulação fordiano. Com isso,

> estamos no momento em que os sistemas de produção, de distribuição e de consumo são impregnados, penetrados, remodelados por operações de natureza fundamentalmente estética. O estilo, a beleza, a mobilização dos gostos e das sensibilidades se impõem cada dia mais como imperativos estratégicos das marcas: é um modo de produção estético que define o capitalismo de hiperconsumo (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 13).

Ao pensarmos no League of Legends enquanto produto cultural no contexto da estetização da vida social, então, compreende-se que a desenvolvedora Riot Games utiliza-se do divertimento aliado à cultura, à estética e ao sentimento de pertencimento nos elementos do LoL, como as *skins*, por exemplo, para estilizar bens que serão consumidos

pelo seu público, que pode vir a ter laços afetivos com os mesmos. Tais bens, como o próprio jogo, servem como traço diferenciador da personalidade do usuário ao mesmo tempo em que o faz pertencer a um nicho, além de propiciar a ele sensações, entretenimento e agregar espetáculos em sua vida. O seu consumo não se limita aos valores tangíveis que podem ser gerados ao indivíduo, uma vez que tanto os jogadores quanto os fãs do LoL competitivo criam laços emocionais com as equipes profissionais e seus integrantes, com o jogo, com suas narrativas e seus personagens. Por exemplo, a compra de *skins* de uma equipe campeã mundial vai além da beleza estética delas, está intrinsecamente ligada a esses laços que o consumidor tem tanto com a própria equipe quanto com os personagens escolhidos para receberem tal *skin*.

Por esses motivos, a partir de 2017[76] a Riot Games passou a fazê-las baseando-se no estilo e personalidade dos jogadores, conversando com eles e os tornando parte ativa nesse processo. Além disso, ela também começou a implementar o logo da organização e a assinatura de cada jogador aos seus respectivos campeões. No ano anterior, após o fiasco da primeira versão lançada das skins SKT T1 (campeã mundial de 2015) que causou uma resposta extremamente negativa dos fãs e da comunidade, a empresa teve que refazer todos os visuais e movimentos dos personagens, utilizando as cores corretas da organização e, inclusive, incluir no conjunto final o jogador reserva da equipe que contribuiu para a vitória da mesma. Nesse momento, ela percebeu que a sua percepção sobre a criação desse produto estava completamente errada, pois ele deveria ser a representação desses profissionais dentro do próprio jogo.

As figuras a seguir demonstram como em 2017 o processo para desenvolver as *skins* baseadas na equipe sul coreana, novamente campeã do Mundial em 2016, incorporou mais a identidade dos jogadores à versão especial dos personagens, acrescentando também uma referência ao meme do seu técnico na *skin* das *wards*[77] do jogo.

---

[76] No vídeo mostrando os bastidores da criação das skins SKT T1 2016, a Riot explica como eles passaram a agregar valores intangíveis referentes à identidade cultural no seu produto. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=v8crNITkcX0> Acesso em: 12 nov. de 2018.

[77] A *ward* é uma ferramenta que remove a névoa do mapa, dando maior visão aos jogadores dos movimentos do time inimigo. Seu tempo de duração é limitado.

Figura 22 - Duke, top laner da SKT, e o movimento de retorno à base do campeão Ekko

Fonte: Be Challenger[78] (2017)

Figura 23 - Bengi, caçador da SKT, e o movimento de retorno à base do campeão Olaf

Fonte: Be Challenger (2017)

[78]Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=u8JPTEA5odg> Acesso em: 12 nov. de 2018.

Figura 24 - Blank, caçador reserva da SKT, e o movimento de retorno à base do campeão Zac

Fonte: Be Challenger[79] (2017)

Figura 25 - Faker , mid laner da SKT, e o movimento de retorno à base da campeã Syndra

Fonte: Be Challenger[80] (2017)

[79] Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=u8JPTEA5odg> Acesso em: 12 nov. de 2018.
[80] Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=u8JPTEA5odg> Acesso em: 12 nov. de 2018.

Figura 26 - Bang, atirador da SKT, e o movimento de retorno à base do campeão Jhin

Fonte: Be Challenger[81] (2017)

Figura 27 - Wolf, suporte da SKT, e o movimento de retorno à base da campeã Nami

Fonte: Be Challenger[82] (2017)

[81] Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=u8JPTEA5odg> Acesso em: 12 nov. de 2018.
[82] Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=u8JPTEA5odg> Acesso em: 12 nov. de 2018.

Figura 28 - Meme do técnico da SKT, Kkoma, e o movimento da ward quando ela está prestes a sumir do mapa

Fonte: Be Challenger[83] (2017)

Assim, ao implementar características pessoais e culturais de um jogador, bem como de sua organização, ao visual e personalidade de um personagem, a empresa faz com que ele ganhe valores intangíveis para os fãs (sejam do jogo, sejam dos vencedores), tornando-se, de fato, elementos comemorativos do mais alto nível competitivo do LoL.

Além disso, no processo de criação dos seus personagens, a empresa utiliza-se de elementos da nossa cultura para se inspirar, sejam eles concretos ou não. Em alguns casos é possível notar como a mitologia é uma fonte onde a indústria cultural bebe de forma recorrente, como o da Nami, uma sereia (criatura mitológica de origem grega), que possui uma *skin* da Iara Amazônica (figura do folclore brasileiro); e o da Cassiopeia, uma equidna (outra criatura mitológica de origem grega), com *skin* de cowboy (figura da cultura do oeste americano).

[83] Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=u8JPTEA5odg> Acesso em: 12 nov. de 2018.

Figura 29 - À direita a Nami em sua forma natural e à esquerda ela em sua skin "Iara Amazônica"

Fonte: LoL Esports (2020)

Figura 30 - À direita a Cassiopeia em sua forma natural e à esquerda ela em sua skin "Desperada"

Fonte: LoL Esports (2020)

Desse modo, o LoL como um produto da indústria capitalista e cultural não se preocupa em manter a tradição desses mitos, o seu propósito é o de "promover a união de peças da cultura de maneira inovadora e economicamente rentável para o consumo" (MACEDO & FILHO, 2015, p. 245), ou seja, essa é uma forma de engajar os jogadores com as narrativas do jogo e seus personagens, servindo como fator de identificação e representatividade cultural para o seu público, que é diverso e proveniente de diversos países e regiões do mundo. Essa aproximação do mito antigo, tradicional, que o jogo promove com os usuários nos contextos contemporâneos é o que Durand (2004) denomina de o retorno do mito na sociedade ocidental.

Lévy (1999), por sua vez, considera que a sociedade é constituída historicamente pela técnica - a escrita, a gravação de som e imagem, o rádio, a televisão e o telefone - embora não seja determinada pela mesma. Assim, o ciberespaço (ou rede), que emerge em decorrência do desenvolvimento tecnológico e da globalização, não é exceção. Em sua obra ele define-o como:

> o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo (LÉVY, 1999, p. 17).

Enquanto a cibercultura caracteriza-se por ser o conjunto de técnicas, práticas, atitudes, modos de pensamento e de valores que se desenvolvem com o crescimento do ciberespaço (LÉVY, 1999).

O autor observa a internet como olhos mais otimistas, argumentando que na virtualidade o saber articula-se em função das novas formas de construção do conhecimento, que contemplam a democratização do acesso à informação, os novos tipos de aprendizagem e o surgimento de uma "inteligência coletiva". No âmbito dos jogos, ela acontece no esforço de múltiplos profissionais de diferentes especializações e áreas do conhecimento, que contribuem desde a produção dos sistemas eletrônicos dos consoles (ou das plataformas) até o visual e jogabilidade do *game*.

Quanto ao videogame enquanto mídia digital é possível pensar a máquina por dois pontos de vista: a) em termos de interatividade com indivíduo, ela não cria o jogo, apenas fornece condições para que ele aconteça (GASI, 2013); b) por outro lado, se for levado em conta a mediação técnica proposta por Latour (1994), a máquina também é agente do jogo, pois esse conceito impõe o social como um produto da combinação entre o humano e o sujeito não humano, onde ambos são funcionalmente simétricos na Teoria Ator-Rede. "Por isso, talvez não seja inexato afirmar que o videogame propaga e ativa o ciberespaço", conclui Gasi (2013, p. 16).

Nesse sentido, André Lemos (2004, p. 134) afirma que o tempo do ciberespaço "impregna toda a cultura contemporânea". Essa fala ganha mais relevância ainda quando a pensamos no contexto dos jogos eletrônicos na sociedade atual. Tavares (2006) argumenta que o videogame estimula a sua própria cultura, a qual ele denomina de "gamecultura".

> A intersecção entre cibercultura e gamecultura chega a ser tamanha, que o próprio William Gibson, cultuado criador do termo ciberespaço, e citado em centenas de artigos e monografias sobre o tema, declarou em uma entrevista ter baseado a sua inspiração nos videogames, e não na internet como costumamos acreditar. (...) Dessa maneira, sistemas e observadores resultam então unificados, durante uma semiose entre jogador-ciberespaço-avatar, compartilhando uma consciência única, autorreferente, mesmo em um ambiente eletrônico, em um amálgama

> de habilidades, vontade e entrosamento: simbiose ciborgue entre ser humano e numérico (TAVARES, 2006, p. 239).

Jenkins (2009, p. 30) vai mais adiante ao discutir que com avanços tecnológicos surgem cenários onde mídias novas e tradicionais se convergem, criando um processo de "transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos". Assim, no universo da cultura da convergência há uma circulação de conteúdos que precisa da participação ativa dos consumidores para que ela aconteça. Nele acontece uma produção coletiva de significados.

> A expressão *cultura participativa* contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros (JENKINS, 2009, p. 30-31).

Além disso, em seus estudos sobre a franquia *Matrix*, o autor ainda ressalta que junto a essa cultura participativa co-existem as narrativas transmídia, que são narrativas onde não há uma única fonte ou texto original para que se possa adquirir toda a informação necessária a compreensão de um respectivo universo. Em outras palavras, esse conceito refere-se à produção de diferentes conteúdos por diferentes meios a partir de um produto em comum. Aqui as narrativas tornam-se tão amplas que não podem ser contidas em um único canal. Nesse sentido, Jenkins (2007) explica que idealmente cada mídia faz a sua própria contribuição única para o desenrolar da história.

> A indústria midiática está adotando a cultura da convergência por várias razões: estratégias baseadas na convergência exploram as vantagens dos conglomerados; a convergência cria múltiplas formas de vender conteúdos aos consumidores; a convergência consolida a fidelidade do consumidor, numa época em que a fragmentação do mercado e o aumento da troca de arquivos ameaçam os modos antigos de fazer negócios. Em alguns casos, a convergência está sendo estimulada pelas corporações como um modo de moldar o comportamento do consumidor. Em outros casos, a convergência está sendo estimulada pelos consumidores, que exigem que as empresas de mídia sejam mais sensíveis a seus gostos e interesses (JENKINS, 2009. p. 140).

Nesse cenário encontra-se o League of Legends enquanto objeto deste estudo. Ele é um produto da indústria midiática que tem como principal veículo o jogo para computador, contudo, suas narrativas não se limitam ao videogame e à história que se cria durante uma partida, elas se expandem no *lore*[84] de Runeterra (universo em que ele está inserido), em histórias em quadrinhos, competições, músicas, videoclipes, entre outros. Dessa maneira, Macedo e Filho (2015) indicam que a experiência narrativa do League of Legends se amplia para fora da arena virtual,

> no qual a própria arquitetura do jogo convida o jogador a consumir outras mídias (como *sites*, vídeos, *podcasts*, imagens, ilustrações, textos e demais possibilidades narrativas) para completar uma experiência unificada, na qual a ficção ganha força e os consumidores são chamados a participar frequentemente do processo de construção do ambiente virtual como consumidores e produtores ativos (MACEDO; FILHO, 2015, p. 235).

Desse modo, os sites do League of Legends (*https://riot.com/34zITxN*)[85] e (*https://riot.com/2YwrySz*)[86] são tão importantes quanto o próprio jogo por ambientar a trama que acontece no MOBA, como a rivalidade entre os personagens e a história de cada um. As redes sociais do LoL[87], bem como de sua desenvolvedora[88], disponibilizam notas sobre o jogo, atualizações de *patch*[89], novos personagens e *skins*, lançamentos de materiais promocionais adicionais, e notícias do cenário competitivo. Outras interfaces como o canal no Youtube e na Twitch, podcasts, trilhas sonoras, micro sites sobre as *skins* dos personagens e o fórum do LoL no Reddit trazem informações e conteúdos que complementam seu enredo "original". Além disso, essas narrativas complementam-se com a produção cultural do seu público por meio das *fanarts*[90] e dos *cosplays*[91], por exemplo.

> a obra de arte será o que Lévy chama de "atrator cultural", unida, criando uma base comum entre as diversas comunidades; podemos também definir a obra de arte como um ativador cultural, impulsionando sua

---

[84] *Lore* significa tradição. No caso do LoL, o termo representa a coletânea de histórias e biografias referentes ao universo fictício de *Runeterra*, onde o jogo está inserido.
[85] Link completo: <https://br.leagueoflegends.com/pt-br/news/lore/>
[86] Link completo: <https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/>;
[87] Facebook: <https://www.facebook.com/leagueoflegends/>; Twitter: < https://twitter.com/leagueoflegends> e <https://twitter.com/lolesports>; Instagram: < https://www.instagram.com/leagueoflegends/?hl=pt-br>
[88] Facebook: <https://pt-br.facebook.com/RiotGames/>; Twitter: <https://twitter.com/riotgames>
[89] O *patch* é um programa que realiza modificações e alterações no jogo. No âmbito do LoL ele é utilizado como para indicar a versão em que o jogo se encontra.
[90] *Fanarts* são ilustrações de personagens ou personalidades feitas por fãs.
[91] *Cosplay* é um termo que se refere ao ato de se fantasiar de forma idêntica ou praticamente semelhante a personagens fictícios.

> decifração, especulação e elaboração. O desafio, diz ele, é criar obras com profundidade suficiente para justificar um empreendimento em tão larga escala: "Nosso primeiro objetivo deveria ser evitar que a obra seja concluída muito rápido". *Matrix* funciona claramente tanto como um atrator cultural quanto um ativador cultural. Os consumidores mais envolvidos vão atrás de dados em múltiplos meios, esquadrinhando cada texto à procura de revelações de seu universo (JENKINS, 2009, p. 141).

Sendo assim, o League of Legends, assim como a franquia Matrix, pode ser considerado tanto atrator como ativador cultural, uma vez que o jogo é a obra de arte, a base comum entre toda a comunidade de LoL e de *esports*. Ao mesmo tempo tem significativa profundidade por conta principalmente de ser um jogo que é constantemente atualizado, da sua diversidade de personagens e suas respectivas *skins*, dos variados modos de jogo, das músicas e videoclipes que promovem seus produtos, dos torneios regionais e internacionais e das organizações profissionais e seus integrantes. Isso tudo faz com que os seus usuários e fãs se engajem e consumam novas narrativas oriundas de diferentes mídias à procura de novas informações e detalhes sobre o universo fictício e competitivo. Nas palavras de Gasi (2013, p. 6), "o *game* é/cria a cultura da mesma maneira que a cultura é/cria o *game*". Gries (2019) complementa esse argumento ao dizer que não há nenhum título relevante de *esport* ou jogo no mercado que tenha seu sucesso devido exclusivamente às empresas projetando-os para se tornarem um, na verdade, os grandes líderes do mercado como League of Legends, Dota 2 e CS:GO são mais ou menos baseados em modificações sugeridas por fãs.

Por fim, nesse tópico é possível observar que os jogos eletrônicos podem ser algo além de uma atividade infanto juvenil e, inclusive, estão inseridos em nossas vidas de formas até imperceptíveis como no uso de aplicativos corriqueiros do dia a dia. Se eles interagem e transformam o modo de viver da sociedade contemporânea, sua relação com a cultura é intrínseca e podem ir além do entretenimento em alguns casos.

5. League of Legends: O Esporte Eletrônico

5.1 Das competições amadoras de videogames à profissionalização do esporte eletrônico: um novo espetáculo midiático

Competições oficiais de videogames podem ser datadas desde o início da década de 1970 quando eles ainda eram uma tecnologia restrita aos ambientes universitários, já que eram um dos pouco lugares com acesso aos computadores (analógicos) na época. Com o surgimento dos consoles nos anos 1990 há um movimento das empresas japonesas, Nintendo e SEGA, em direção aos eventos competitivos como um meio de engajamento e divulgação de seus produtos para o público, instigando os jogadores amadores a aprimorarem suas habilidades nos tais joguinhos. A partir desse momento, nota-se o início do que seria o espetáculo midiático dos *esports* na atualidade. O Rock the Rock da SEGA em 1994, que dizia procurar o melhor jogador de videogames do mundo, é um exemplo exato disso. O evento foi transmitido pela emissora americana MTV, que vivia seu auge na indústria televisiva e musical, com a final sendo realizada na infame prisão de Alcatraz valendo um prêmio de vinte e cinco mil dólares ao vencedor. Ele foi o verdadeiro suprassumo da cultura pop americana dos anos 90.

Atualmente, essas competições não se limitam mais aos consoles, pois agora os computadores são máquinas muito mais acessíveis do que eram no início da indústria dos *games*. Além disso, as suas transmissões são realizadas majoritariamente online, tendo pouca inserção na televisão. Nesse caso, as principais vantagens dos serviços de *streaming* são: a) as transmissões costumam ser bastante longas, podendo durar mais de seis horas em muitos casos, o que não é tão adequado ao formato televisivo; b) as partidas permanecem salvas nas plataformas digitais, podendo ser reassistidas infinitas vezes tanto pelos espectadores quanto pelos próprios times, jornalistas e analistas da área.

Segundo o “Global Esports Market Report 2020” da Newzoo, em 2019 ocorreram oitocentos e oitenta e cinco torneios principais de *esports*, dentre eles o Campeonato Mundial de League of Legends foi a competição mais assistida ao vivo, acumulando 105.5 milhões de horas na Twitch e no Youtube, e a Overwatch League foi a liga mais assistida, com 104.1 milhões de horas em ambas plataformas. Estima-se também que as receitas globais do mercado de *esports* chegue a 1 bilhão em 2020, tendo um aumento de 15.7%

comparado aos 950.6 milhões arrecadados em 2019. Dados do Business Insider[92] informam que o público presencial na final do último Mundial de LoL chegou a 15 mil na AccroHotels Arena em Paris, enquanto o público online de todo o evento ultrapassou mais de 100 milhões de espectadores.

5.1.1 Os conceitos de esports

Um dos primeiros usos registrados da expressão "*eSport*" foi em um press release[93] de 1999 do site britânico Eurogamer introduzindo a Online Gamers Association (OGA), uma associação criada com o intuito de representar os jogadores profissionais de jogos eletrônicos da mesma maneira que a PGA representa jogadores de golfe, de promover esse novo esporte e encorajar um melhor espírito esportivo na comunidade, segundo Rupert Loman e Mat Bettinson (criador e contribuidor do Eurogamer, respectivamente).

Contudo, assim como os conceitos de jogo e videogame, o *esport* sofre com a amplitude de sua semântica, levantando questões sobre sua legitimidade enquanto prática esportiva. Outra complicação em torno dele é a sua nomenclatura extremamente variada que pode gerar mais uma confusão generalizada que uma profundidade ao termo. É comum os esportes eletrônicos serem referenciados como *esports*, *e-Sports*, *eSports*, *e-sports*, *cybersports*, *virtual sports*, entre outros. Ainda não há um consenso no uso desses termos entre os jornalistas, profissionais do meio, associações e pesquisadores. As próprias referências bibliográficas utilizadas nesse trabalho indicam um uso aleatório das formas de grafá-lo. No mundo editorial, segundo Winer (2019), é possível que o mesmo veículo não siga um padrão e use a palavra de diferentes formas em alguns casos, mas as principais variâncias são três:

- *Esports ou esports*: BBC[94], ESPN[95], Esports Insider[96], Mais Esports[97], The Esports Observer[98] e The Guardian[99];

---

[92] Disponível em: <https://www.businessinsider.com/league-of-legends-world-championship-100-million-viewers-2019-12> Acesso em: 30 mar. de 2020
[93] Disponível em: <https://www.eurogamer.net/articles/oga> Acesso em: 08 mar. de 2020.
[94] MADDEN, S. Esports degree: "I won't be spending three years playsing games". BBC, 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/uk-england-stoke-staffordshire-45328940> Acesso em: 11 ago. de 2019.
[95] Disponível em: <https://www.espn.com/esports/> Acesso em: 11 ago. de 2019.
[96] Disponível em: <https://esportsinsider.com/> Acesso em: 11 ago. 2019.
[97] Disponível em: <https://maisesports.com.br/> Acesso em: 11 ago de 2019.
[98] Disponível em: <https://esportsobserver.com/> Acesso em: 11 ago de 2019.
[99] Disponível em: <https://www.theguardian.com/sport/esports> Acesso em: 11 ago. de 2019.

- *eSports*: BBC[100], Daily Mirror[101], ESPN Brasil[102], Gazetta[103] e Marca[104];
- *E-sports*: Bangkok Post[105] e The Verge[106].

Graças a esse cenário caótico, os lexicógrafos do Dictionay.com[107] em 2015 decidiram resolver essa questão ao incorporar o vocábulo como "*esport*" em seu catálogo, indica Winer (2019), mas por outro lado, as versões online dos dicionários de Cambridge e Oxford optaram por definí-lo como "*e-sport*". No livro "Associate Press Stylebook and Briefing on Law Media" de 2017, a AP resolveu acompanhar o modelo do Dictionary.com e oficializou o registro da grafia "*esports*" para referenciar todas as competições multiplayer de videogames. Com isso, essa parece ser a estilização mais aceita e legitimada pela comunidade dos jogos, que justifica que assim como não se escreve "eMail"ou "e-mail" não deveria haver essa diferenciação para os esportes eletrônicos. Dessa forma, seguindo a recomendação da Associate Press, a presente pesquisa tratará esse fenômeno como "*esport*".

[100] Disponível em: <https://www.bbc.com/news/topics/c9grqv2w1pet/esports> Acesso em: 11 ago. de 2019.
[101] LANDI, M. Artificial intelligence beats human eSports world champions at their own game. Daily Mirror, 2019. Disponível em: <https://www.mirror.co.uk/tech/artificial-intelligence-beats-human-esports-14359298> Acesso em: 11 ago. de 2019.
[102] Disponível em: <https://www.espn.com.br/esports/> Acesso em 11 ago. de 2019.
[103] Disponível em: <https://esports.gazzetta.it/> Acesso em: 11 ago.de 2019.
[104] Disponível em: <https://www.marca.com/esports.html> Acesso em: 11 ago.de 2019.
[105] SUCHIT, L.-N. Mobile firms eye e-sports market. Disponível em: <https://www.bangkokpost.com/sports/1647016/mobile-firms-eye-e-sports-market> Acesso em: 11 ago. de 2019.
[106]WEBSTER, A. E-sports teams are flocking to Apex Legends. The Verge, 2019. Disponivel em: <https://www.theverge.com/2019/3/10/18254498/apex-legends-esports-battle-royale-team-liquid-tsm-100-thieves> Acesso em: 11 ago. de 2019.
[107] DICTIONARY.COM. Here are some new words added to Dictiornary.com. Dictionary.com, 2015. Disponível em: <https://www.dictionary.com/e/2015-new-words/> Acesso em: 11 ago. de 2019.

Figura 31 - Tweet da Red Bull Gaming

Fonte: Twitter[108] (2019)

Figura 32 - Tweet da plataforma de streaming Twitch

Fonte: Twitter[109] (2016)

[108] Disponível: <https://twitter.com/redbullgaming/status/1109758797462024193> Acesso em: 16 ago, de 2020.
[109] Disponível em: <https://twitter.com/TwitchEsports/status/773961092468924416> Acesso em 16 ago. de 2020.

Figura 33 - Tweet da Razer, empresa de equipamentos gaming e patrocinadora de algumas equipes de esports

Fonte: Twitter[110] (2019)

Figura 34 - Tweet do Co-CEO da organização americana Team Liquid

Fonte: Twitter[111] (2019)

[110] Disponível em: <https://twitter.com/TeamRazer/status/1181227132044734465> Acesso em 16 ago. de 2020.
[111] Disponível em: <https://twitter.com/TwitchEsports/status/773961092468924416> Acesso em 16 ago. 2020.

Mas, afinal, o que são esses tais esportes eletrônicos? Eles são esporte de verdade?

Um consenso generalizado é que eles são uma forma profissional de jogar videogames, ou uma forma competitiva de jogá-los em um âmbito profissional. Contudo, é preciso que se busque pensá-los de uma forma mais crítica e aprofundada para compreendê-los como fenômenos culturais em nossa sociedade.

O dilema conceitual que essa prática enfrenta é uma questão pertinente tanto para se chegar a uma definição do que são os esportes eletrônicos quanto para definir os limites sobre aquilo que entendemos como esportes (HAMARI; SJÖBLOM., 2017). A noção mais tradicional da atividade esportiva vem desde a era industrial, quando a aptidão física se tornou um dos principais valores da nossa sociedade. Por esse viés, então, muitos podem desconsiderar os *esports* como uma modalidade verdadeiramente legítima. Fink (2016) explica que a relação do indivíduo com o próprio corpo significa a maneira psíquico-intelectual e voluntária-ativa na qual ele se relaciona com a evidência de natural de sua existência animal. Essa relação saturada de sentidos se transforma ao longo da história não apenas pela forma como o ser humano "entende" sua encarnação como pelo modo que ele a coloca em prática, descreve o autor. Ora, nossa existência na Terra acontece primeiro por meio de nossos corpos, todos os momentos essenciais da existência humana estão conectados à sua estrutura física e seus cinco sentidos: visão, audição, olfato, paladar e tato. "As dimensões fundamentais da vida estão relacionadas ao corpo: trabalho, governo, amor, diversão, morte - linguagem" (FINK, 2016, posição 6092).

Nesse sentido, para ele o esporte verdadeiro, próximo às essências dos rituais míticos da Grécia Antiga, pressupõe um jogo competitivo onde o os corpos se enfrentam, onde as habilidades naturais e práticas diligentes são decisivas; diferente das atividades esportivas que envolvem máquinas, como corridas de Fórmula 1, onde resistência psicológica, frieza, habilidade, coragem e tempos de reação rápidos são as qualidades decisivas, onde lutas técnicas, entrelaçadas de várias maneiras com interesses comerciais, são travadas e têm como público as massas da indústria cultural, tornando o jogo uma ocupação técnica.

Entretanto, Witkowski (2012b) pontua que apesar de atletas de *esport* parecerem estar simplesmente estar sentados em suas cadeiras, o corpo e as atividades físicas do jogador ainda são uma parte importante dessa atividade, de modo que eles podem ser

fisicamente desgastantes para os jogadores. A autora (2012a) ainda argumenta que podem ser identificados nos jogadores profissionais, pelo menos, seis vetores da fisicalidade comumente associados com corpos esportivos, sendo eles: movimento humano, o equilíbrio do corpo, engajamento háptico, compostura, a criação de espaços pelas interações de movimento e jogo em equipe.

> Quando nos sentamos em frente ao computador ou com nosso console de jogos e jogamos, orientamos nossos corpos de várias maneiras. Eles estão situados em relação aos dispositivos de entrada (teclado, mouse, controlador de console, volante e acelerador, microfone), o espaço físico (mesa, cadeira, sofá, chão), o espaço visual (televisão, monitor, a sala ao nosso redor), e o espaço auditivo (por meio de fones de ouvido ou alto-falantes, mas também em relação aos sons ambientais ou vozes de outras pessoas na sala física. Ainda que os momentos mais intensos da jogabilidade possam nos levar a falar sobre sentir como se tivéssemos esquecido nossos corpos (os jogadores costumam falar sobre estar em uma "zona" ou tropeçar para fora de um tipo de estado alterado em jogo), na verdade é nesses momentos em que estamos habitando mais plenamente um corpo que se confunde com o sistema lúdico (incluindo regras, mecânica, estética), bem como com a tecnologia por meio da qual a jogabilidade passa por nós e de volta ao sistema por meio de nossas ações (TAYLOR, 2012, p. 37).

Arnaud (2009) comenta que assim como os esportes tradicionais os *esports* necessitam de treinamentos regulares e diários, reflexos e sangue frio para reagir à qualquer situação apresentada, inteligência porque os jogos competitivos são uma competição de estratégias e táticas, trabalho em equipe na maioria da vezes e paixão, que move tanto os jogadores como os fãs. Complementando esse pensamento, Taylor (2012) fala que se analisarmos detalhadamente várias áreas que o jogo profissional requer, elas exigiriam: habilidade incorporada e maestria, facilidade técnica, domínio do jogo e de sistemas, pensamento tático e estratégico, habilidade de improvisação, habilidades sociais e psicológicas, e por fim, mas não menos importante, experiência profissional e institucional.

Essa contextualização mostra como é fácil cair na armadilha de simplesmente supor os *esports* como o completo oposto dos esportes tradicionais. A realidade, porém, é que a própria definição de esporte é abrangente e vaga, denota Tiedemann (2004), já que muitos historiadores do campo parecem seguir o lema de que “qualquer coisa serve”, e isso é algo insatisfatório para qualquer estudo científico. Com isso, ele sugere que:

> “Esporte” é um campo cultural de atividade, cujos seres humanos entram numa relação real ou apenas imaginária com outras pessoas com a

> intenção consciente de desenvolver suas habilidades e conquistas, particularmente na área de habilidades motoras, e para se compararem a essas pessoas de acordo com as regras auto adotadas sem a intenção de prejudicar os outros ou a si mesmos de forma deliberada[112] (TIEDEMANN, 2004, p. 3).

Wagner (2006), então, propõe-se a reescrever essa definição, que por si só já é geral o suficiente para caber o conceito literal de *esports*.

> "Esporte" é um campo cultural de atividade, onde pessoas voluntariamente engajam-se com outras com a intenção consciente de desenvolver e treinar habilidades de importância cultural e para se compararem com essas outras pessoas de acordo com as regras comumente aceitas sem machucar ninguém de forma deliberada[113] (WAGNER, 2006, p. 438)

A diferença entre as duas, segundo ele, é que é possível tornar a segunda específica ao definir quais são essas habilidades de importância cultural e em qual contexto elas elas estão inseridas. Assim, ao situar os esportes eletrônicos em uma sociedade da informação com significativo e constante desenvolvimento tecnológico, o autor infere que os indivíduos que jogam competitivamente jogos para computador treinam e comparam competências em estratégias de comunicação em rede multimodal, ou de maneira geral, competências no uso de tecnologias de informação e comunicação, as quais ele denomina como "*cyberfitness*". Portanto, Wagner (2006, p. 439) define que ""eSports" são uma área de atividades esportivas em que as pessoas desenvolvem ou treinam habilidades mentais ou físicas no uso de tecnologias da informação e comunicação[114]".

Gries (2019), por sua vez, afirma que o surgimento dos *esports* desafia os chamados "esportes hegemônicos". Isso porque se eles são as modalidades que ocupam o maior espaço da mídia, no discurso público e na vida diária das pessoas, se "são o que elas respiram, lêem, discutem, analisam, comparam e historicizam; o que elas conversam sobre exaustivamente antes e depois das partidas" (MARKOVITS e HELLERMAN, 2001. p. 9), os *esports* podem alterar a definição do que o é o esporte como conhecemos. Ao mesmo tempo, ele indica que a indústria dos *esports* tem lucrado massivamente com a lógica do mercado neoliberal que determinou o sucesso financeiro dos tradicionais esportes hegemônicos como futebol e basquete.

---

[112] Tradução livre.
[113] Tradução livre.
[114] Tradução livre.

Pela lógica do consumismo vertiginoso no sistema capitalista, da mesma maneira que os *games*, a indústria dos *esports* se justifica pelos valores econômicos cada vez maiores que tem gerado anualmente. De acordo com Gough (2020), esse mercado gerou uma receita mundial de 776.4 milhões de dólares em 2018 e a expectativa é que esse valor chegue a 1.6 bilhão de dólares em 2023. Essa renda é gerada principalmente pelos patrocínios e pela publicidade, mas também conta com outros fatores como apostas, premiações e torneios. A autora também assinala que a acessibilidade fácil dos *esports* deve atrair cada vez mais audiências nos próximos anos. A Newzoo[115] aponta que o League of Legends é de longe o jogo mais assistido na Twitch, acumulando 135.2 milhões de horas ao todo e 30.2 milhões de horas só de *esports*.

Por outro lado, Hamari e Sjöblom (2017) desaprovam duramente a definição de Wagner (2006). Eles entendem que ela deixa muito espaço para interpretação e, logo, não resolve o problema iminente de definir quais atividades podem ou não ser consideradas como um esporte eletrônico ou tradicional, já que hoje em dia, ao considerar qualquer modalidade esportiva, muitos aspectos dela são assistidos ou mediados por computador. Outro problema identificado pelos autores é que ela se refere a um conjunto tão grande de atividades que até mesmo o treinamento do uso de softwares em escritório pode ser considerado um *esport*. Esse pensamento vai de acordo com a crítica de Witkowski (2012b), que argumenta que o conceito estabelece de forma limitada o que são sistemas eletrônicos, cobrindo apenas as tecnologias de informação e comunicação, além de tirar a atenção da mistura complexa de aspectos físicos e eletrônicos nos *esports*. Hamari e Sjöblom (2017) acreditam que no desafio de definir esse fenômeno, devemos nos focar mais no que constitui o "e" em *esports*, de modo que a questão crucial é, então, quais partes ou aspectos do esporte devem ser eletrônicos e/ou mediados por mídias digitais para que uma atividade esportiva seja tida como um *esport*.

Eles, assim, como Witkowski (2012b), consideram que a maior diferença entre esportes tradicionais e esportes eletrônicos é que enquanto no primeiro todos os acontecimentos que acarretam no resultado final são instituídos no mundo real, no segundo eles se dão no universo virtual, mesmo que o jogador seja parte do mundo físico, pois a ação dele é traduzida pelos softwares da plataforma para o jogo - onde os eventos, de fato, acontecem. Isso faz com que essas atividades requeiram sempre a interação entre indivíduos e interfaces digitais, que conectam as mentes e corpos deles ao seu sistema.

[115] Disponível em: <https://newzoo.com/insights/rankings/top-games-twitch/> Acesso em 01 ago. de 2020.

Desse modo, para Hamari e Sjöblom (2017, p. 213) eles "são uma forma de esporte onde os aspectos primários deste são facilitados por sistemas eletrônicos; tanto o input de jogadores e equipes quanto o output do sistema do eSport são mediados pela relação humano-computador". Tal concepção parece ser uma extensão do pensamento de Latour (1994) sobre as mediações técnicas na Teoria Ator-Rede. Taylor (2012) reforça que embora existam múltiplos exemplos em que o software faz todo o trabalho de gerenciamento da jogabilidade,

> uma porção significativa dos jogos digitais é constituída por meio de uma manipulação muito mais complexa de regras, uma negociação entre sistema e usuário, atores humanos e não humanos, estrutura dada e práticas e significados emergentes[116] (TAYLOR, 2012, p. 50).

Outro aspecto central aos *esports*, mas que não é necessário a eles, é o seu caráter *multiplayer*, segundo a autora. Não seria difícil imaginar que o desafio dos esportes eletrônicos seria a evolução da batalha entre máquina e ser humano, como no passado pode ser visto na partida de xadrez entre Garry Kasparov e o computador Deep Blue. No entanto, nos torneios competitivos o que se nota é que é a energia dos jogadores competindo cara-a-cara entre si que anima dos torcedores (presenciais e online).

De forma geral, Freeman e Wohn (2017) evidenciam três classificações constantes na luta para compreender essa prática:

- *Esports* como **videogames competitivos**: parece ser a interpretação mais prática e permanente, focando nos mecanismos e na experiência do jogo. Nesse sentido, as competições motivam diretamente os jogadores;
- *Esports* como um **esporte mediado por computadores**: essa uma visão que muitos pesquisadores partilham, seja analisando as semelhanças entre esporte e *esport*, ou as principais diferenças entre eles;
- *Esports* como **gerador de espectadores**: essa característica é considerada a principal diferença entre os *esports* e outras formas de jogo. No âmbito do primeiro, as atividades deixaram de ser uma experiência particular e se tornaram compartilhadas e públicas graças às plataformas de *streaming*. Isso fomenta a interação entre espectador e jogador, em que ambos participam ativamente na percepção, compreensão e experiência da jogabilidade.

[116] Tradução livre.

> Teoricamente ela também ressalta a infraestrutura social dos *esports*, onde os jogadores são performers e os espectadores a audiência que julga sua performance com base nos seus valores socioculturais.

Gries (2019) afirma que o sucesso os *esports* não seria possível sem a internet e suas plataformas de streaming, uma vez que elas permitiram que as desenvolvedoras de videogames percebessem a natureza aberta e participativa da competição eletrônica. Nos anos 2000 essas plataformas também forneceram um canal alternativo para um conteúdo que não era controlado pelas mídias já estabelecidas como a televisão e os conglomerados de rádio.

> O streaming permite que criadores de conteúdo e espectadores interajam diretamente; o formato é basicamente aberto a qualquer um com acesso à internet e convida os fãs a serem participantes ativos na cultura dos eSports[117] (SCHOLZ, 2012, p. 89-91).

Nesse sentido, é interessante notar como os *esports* e a prática de *streaming* conseguem atrair um número significativo de espectadores que muitas vezes sentem mais satisfação assistindo a outros jogando videogames do que quando eles próprios jogam. Há um certo voyeurismo nesse tipo de comportamento, o que não impede de que ainda aconteça a interação entre espectador e jogo.

Como Taylor (2012) denota, essa noção de assistir jogos parece ser um tanto contraditória quando pensamos no conceito inicial de que videogames são mídias interativas e nos convidam a ser agentes em seu universo. Mais distante ainda parece a ideia de existirem comentadores profissionais de *esports*, sentados com seus microfones, transmitindo para um grupo de pessoas em êxtase assistindo a ação do rolar nas telas (de computador, *tablets*, laptops ou mesmo televisão) ou ao vivo por um telão, fornecendo informações sobre o jogo e os jogadores, correndo para acompanhar todos os movimentos que ocorrem na tela.

> Embora estejamos acostumados com os fãs de esportes tradicionais escolhendo seus jogadores favoritos e avidamente seguindo suas carreiras, imaginar jovens aficionados por jogos de computador como um objeto de admiração pode parecer exagero. Mesmo assim, os jogos de computador são objetos de espectador, cada vez mais repletos de torcedores que

[117] Tradução livre.

> acompanham cada movimento de seus times e jogadores favoritos (TAYLOR, 2012, p. 181).

Entretanto, a autora conta que desde a época dos arcades era comum que existisse uma aglomeração de pessoas em torno daquela que estivesse jogando, esperando por sua vez de jogar enquanto assistia os movimentos da outra, maravilhada pelas habilidades dela ou mesmo comparando-as com as suas próprias. Essa co-presença representava e incorporava os momentos competitivos.

Figura 35 - Crianças ao redor de outra que está jogando em um arcade

Fonte: Taylor (2012)

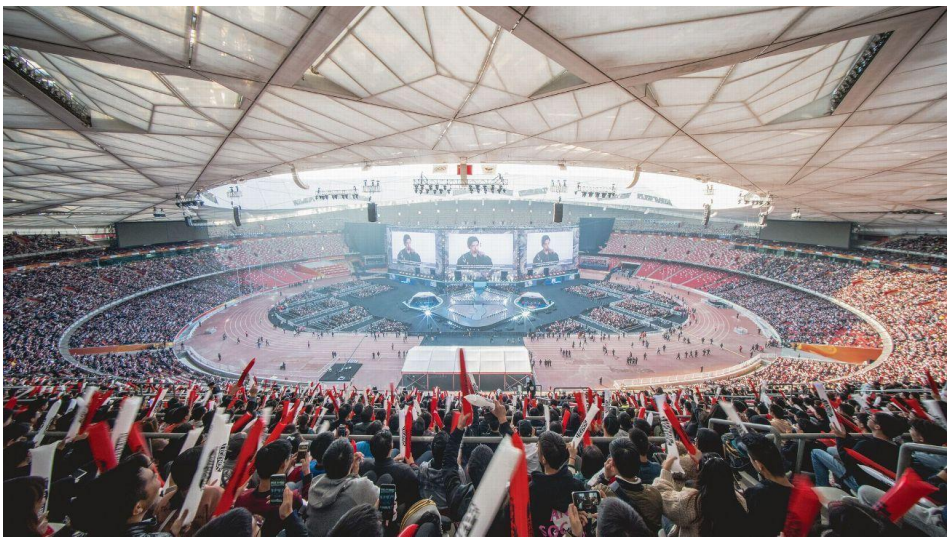
Segundo Taylor (2012), à medida que os consoles chegavam e se tornavam objetos de lazer, a ação *multiplayer* simultânea era uma opção mais viável, mas mesmo assim era comum assistir o jogo dentro de casa Irmãos mais novos costumavam assistir os mais velhos jogarem, aprendendo os movimentos com eles e colocando-os em prática depois por exemplo.

> Ainda que esses jogadores não possam ser vistos como tendo qualquer controle interativo porque não possuem um link direto com a interface do jogo e não podem performar ou executar comandos, eles demonstram um nível de interesse e envolvimento experiencial com o jogo que, embora mediado por meio do jogador, excede o do espectador ou observador (NEWMAN, 2002, p. 409).

Desse modo, Lin e Sun (2011) identificam quatro tipos de espectadores e cada um deles produz diversos quadros de interação. Podem existir: a) aqueles que se estão

assistindo a um jogo com o qual não estão acostumados, fazem uma quantidade significativa de trabalho tentando interpretar o que veem, tentando associá-lo a um gênero com o qual estão familiarizados para ajudá-los a entender o que estão vendo, ou mesmo quando não têm nenhuma referência para fazerem uma associação, ainda podem ser atraídos para a ação na tela e os visuais; b) aqueles que são espectadores experientes trazem toda uma série de ações cognitivas complexas para lidar com esse momento, podendo fazer análises sofisticadas no local das ações do jogador, até mesmo indo ao ponto de solucionar mentalmente um movimento ou traçar estratégias à frente dele; c) aqueles que se estiverem assistindo a uma partida competitiva, podem deslocar sua atenção entre as telas dos jogadores, montando uma imagem geral do mapa do jogo e sintetizando as atividades distribuídas em uma história mais ampla; d) um jogador profissional ao assistir uma partida, muitas vezes após ela ter acontecido, pode envolver uma análise complexa de ações e contra-ações, bem como planejar táticas e estratégias futuras para quando aquele competidor for enfrentado diretamente em uma partida ao vivo. Por fim, Taylor (2012) aponta que cinco fatores estruturam a possibilidade de espectadores esportivos assistirem a jogos para computador: identificação, interesse pessoal, foco e profundidade na atividade e conflito claro.

Figura 36 - Público no estádio Ninho do Pássaro na final do Campeonato Mundial de League of Legends em 2017



Fonte: ESPN[118] (2017)

[118] Disponível em: <https://www.espn.co.uk/esports/story/_/id/21356303/league-legends-2008-2017-reflections-stands-bird-nest> Acesso em: 15 jan. de 2020.

Hoje em dia em campeonatos de League of Legends, mesmo com um alto número de espectadores online, há também uma grande quantidade de público que lota estádios e arenas para assistir à ação desenrolar ao vivo, tendo a experiência de trocar interações com os jogadores, jornalistas, comentadores, comissão técnica e outros fãs ali presentes.

5.1.2 Os esports e os Jogos Olímpicos

Em um período relativamente rápido, os *esports* passaram de um fenômeno marginal a uma parte integral da indústria do entretenimento e do esporte (GRIES, 2019). Uma evidência disso foi o fórum de Lausanne em 2018 que tinha o objetivo de aproximar o Movimento Olímpico dos esportes eletrônicos.

Um dos painéis do evento tinha a proposta de promover uma discussão entre atletas tradicionais e jogadores profissionais sobre suas noções em torno dos aspectos que constituem um atleta. Para a surpresa de muitos, ambos os lados encontraram mais semelhanças que diferenças. O que Gries (2019) denota é que apesar das diferenças sobre a proporção da relação entre corpo e mente, todos compartilham uma narrativa em comum: a ênfase em sua dedicação no que eles fazem. Nesse ponto, os atletas digitais e tradicionais encontraram um solo em comum na aderência aos ideais neoliberais do “autocuidado” e das “tecnologias do eu” de Foucault. Isso não é algo surpreendente, uma vez que os conceitos tradicionais do esporte estão intimamente ligados à ação física e ao envolvimento do corpo. “Em um sentido foucaultiano, a tecnologia sempre foi implementada em culturas esportivas, pois não há corpo ‘natural’ na cultura dos contextos” (GRIES, 2019, p. 15).

> O corpo esportivo sempre esteve atrelado à tecnologia. É apenas em uma evocação bastante abstrata do atletismo idealizado que podemos imaginar um corpo "natural" isolado enfrentando a natureza em um teste de habilidade. Os esportes tradicionais contemporâneos regularmente demonstram essa relação complexa não apenas entre várias tecnologias no campo (sejam inovações em equipamentos ou equipamentos), mas nos regimes de prática e modificação corporal sofridos na medicina esportiva, fisioterapia e treinamento avançado (TAYLOR, 2012, p. 40).

Contudo, Ortega (2005, p. 142) alerta para a existente “vontade de uniformidade, de adaptação à norma e de constituição de modos de existência conformistas e egoístas, visando a procura da saúde e do corpo perfeito”. Nesse contexto, Mendes e Gleyse (2014) destacam que os cuidados com o corpo não devem partir da busca da obediência a um

sistema regras por meio da renúncia de si e do sacrifício como na era cristã, ou aos preceitos dos discursos biomédicos que também desejavam regular a vida dos indivíduos e da sociedade, pois isso vai contra o conceito do cuidado de si ser um mecanismo libertador de Foucault.

Outra narrativa neoliberal compartilhada pelos atletas em geral foi o fato de não serem levados a sério até eles encontrarem êxito naquilo que fazem. “Qualquer um pode fazer o que quiser contanto que seja bem sucedido nisso”, como diz Gries (2019, p. 16). Essa é uma questão mais latente ainda em se tratando de videogames e esportes eletrônicos.

Segundo Witkowski (2009, p. 192), “o lazer sério é uma estrutura baseada em qualidade que é convincente para entender a fascinação de jogadores com o jogo de alta performance[119]”, isso porque ele inclui qualidades como perseverança, uma carreira de lazer, esforço pessoal, benefícios duráveis (tal qual experienciar um senso de conquista, uma melhora na percepção da auto imagem, ou pertencimento), um *ethos* único e forte identificação com a busca pelo lazer sério.

> O lazer sério é a busca sistemática de uma atividade amadora, hobby ou voluntária que os participantes acham tão substancial e interessante que, no caso típico, eles se lançam em uma carreira centrada em adquirir e expressar suas habilidades especiais, conhecimento e experiência[120] (STEBBINS, 2004, 49).

Nesse sentido, aqui a lógica na gamificação no ambiente de trabalho proposta por McGonigal (2012) parece se inverter, ou mesmo ser ambivalente, porque essa não é uma atividade associada ao fardo como acontece com empregos tradicionais, ao mesmo tempo ao tornar o ato de jogar em um compromisso sério, tira-se o fator completamente lúdico e de lazer da atividade. Aqui ao invés de implementar o divertimento no trabalho, é o trabalho que é inserido no ambiente de divertimento. Taylor (2012) argumenta que é muito comum que os jogadores (profissionais ou não) sintam um pânico quase moral de “diversão se transformando em trabalho”, de modo que eles precisam compreender o que significa quando seu hobby se transforma em outra coisa.

> Talvez isso signifique que eles não jogam mais com os amigos ou que precisam praticar mesmo quando estão cansados ou "não gostam". Às vezes, as programações de viagens ou o contato constante com colegas de

[119] Tradução livre.
[120] Tradução livre.

> equipe durante a viagem podem ser exaustivas. Para alguns, a comercialização da cena lhes dá uma pausa e eles sentem a distância de suas primeiras experiências de jogo de forma mais aguda. Há também frequentemente o trabalho adicional que vem com a profissionalização que não tem nada a ver com o próprio jogo, mas está vinculado a obrigações para com uma equipe ou patrocinadores. er que criar conteúdo para o site, usar equipamento de patrocinador que você não gosta ou participar de atividades promocionais incomoda alguns profissionais e parece um fardo, uma distração do que eles realmente querem fazer[121] (TAYLOR, 2012, p. 100).

No caso do League of Legends, os jogadores profissionais muitas vezes moram e convivem juntos no ambiente de trabalho, num sistema denominado de Gaming House.

Contudo, também é possível compreender que a questão do lazer sério parece mais um fator que deslegitima a carreira profissional de um jogador de qualquer jogo que seja, porque no senso comum, ele continua sendo mero lazer casual. Unindo isso à imagem dos videogames, "trabalho", "profissional" e "carreira" são as últimas coisas que a maioria das pessoas associa aos *esports*.

Durante o Fórum de Lausanne também foi discutida a possibilidade dos esportes eletrônicos tornarem-se no futuro uma modalidade Olímpica. "Uma característica definidora de um esporte hegemônico é sua qualidade como esporte de espectador, pois ela é determinante para o seu valor na mídia[122]" (GRIES, 2019, p. 11). Nesse sentido, os *esports* agregariam um valor significativo para o evento, já que eles conseguem atrair milhões de espectadores em suas transmissões online.

> Todos os três elementos estão interligados e influenciam e dependem um do outro: quanto mais exposição de um esporte obtém na mídia, mais atenção ele recebe dos espectadores. Espectadores, por sua vez, são potenciais clientes, então seu interesse por determinado esporte aumenta seu valor de mercado (GRIES, 2019, p. 11).

Para as desenvolvedoras, o crescimento dos esportes eletrônicos não significa que eles vão substituir os esportes tradicionais, nem que a mídia tradicional não terá lugar no futuro dos *esports*, pelo contrário, espera-se que os laços entre ambas as práticas sejam fortalecidas e que as mídias tradicionais irão se adaptar à nova demanda de *esports* e incluí-los em sua cobertura (GRIES, 2019). Isso é um movimento que já tem acontecido, inclusive. Quando a liga norte americana de League of Legends (LCS) tornou-se uma

[121] Tradução livre.
[122] Tradução livre.

franquia, diversos times de esportes como basquete e atletas associaram-se aos times de LoL. Além disso, é possível notar aos poucos que a televisão tem aberto mais seu espaço para transmitir e comentar sobre os *esports*. No Brasil, por exemplo, o Campeonato Brasileiro de League of Legends (CBLoL) atualmente é transmitido ao vivo no canal pago SporTV, que até criou o segmento "e-SporTV" para comentar notícias e criar conteúdos de *esports* no Youtube[123] e na página do Globo Esporte[124]. A ESPN também fechou um acordo com a desenvolvedora Blizzard para transmitir torneios de Overwatch na TV[125].

Entretanto, nesse painel o presidente do COI, Thomas Bach, criticou a falta de tanto uma definição adequada de quais jogos constituem os *esports* quanto de uma organização que represente todas as disciplinas digitais, indica Gries (2019). Assim, apesar dos esportes eletrônicos terem crescido enquanto indústria, seu status enquanto um esporte real ainda não foi reconhecido globalmente. Outros fatores que previnem sua entrada nas Olimpíadas é que não há um único corpo que rege ou define o que são os *esports* em sua essência, nem os *esports* são um fenômeno homogêneo, sendo restritos a um número limitado de jogos, mesmo que esse modelo descentralizado funcione bem no contexto dos esportes eletrônicos. De fato,

> como um setor emergente, a indústria de eSports ainda não tem uma fonte unificada de governança. Em vez disso, os principais responsáveis pela administração são as próprias desenvolvedoras dos jogos, cada uma dirigindo apenas o cenário dos eSports de seus respectivos jogos (KOOT, 2019, p. 20).

O que existem atualmente, no caso do League of Legends, são órgãos locais como a KeSPA (Korean e-Sports Association). Taylor (2012) discorre sobre como o seu impacto no desenvolvimento e crescimento dos *esports* é indiscutível no cenário sul coreano.

> A organização existe dentro de uma cultura nacional onde os jogos digitais não são apenas um grande negócio, mas significativamente apoiados por políticas públicas e pelo governo. A KeSPA teve um tremendo poder em moldar a cara dos e-sports na Coréia do Sul e esse país, por sua vez, provou ser um ponto de referência poderoso, às vezes quase mítico, para os e-sports internacionalmente. Ela administrou torneios em vários níveis e locais, e inclusive esteve envolvida na criação de estádios dedicados aos e-sports. Ao contrário da maioria dos e-sports em que os jogadores vão e vêm

[123] Canal do e-SporTV no Youtube: <https://www.youtube.com/channel/UCnpJDGi-5xUasqCGy3CBvag>.
[124] Site do e-SporTV: <https://globoesporte.globo.com/esports/>.
[125] Disponível em: <https://canaltech.com.br/esports/blizzard-e-espn-fecham-acordo-para-transmissao-de-torneios-de-overwatch-na-tv-140515/> Acesso em: 30 jul. de 2019.

> deixando poucos vestígios históricos, a KeSPA supervisiona o registro oficial e o rastreamento de jogadores profissionais na Coreia do Sul. Além de lidar com classificações e estatísticas desses jogadores e times, eles fornecem caminhos de profissionalização formalizados. Eles também estão envolvidos na obtenção de patrocínios e na construção de laços com organizações de não-jogo, tratando dos direitos de transmissão para competições e do licenciamento de jogos (TAYLOR, 2012, p. 161).

Com a falta de um órgão unificador, Koot (2019) destaca que no caso dos *esports* as empresas operam com completa legitimidade baseadas no fato de que o jogo é sua propriedade intelectual, o que significa que ela se baseia em criar regras dentro da esfera do jogo, diferente dos órgãos governamentais cuja existência é pelo menos, até certo ponto, baseada na criação de políticas e regulamentos fora da esfera das regras que regem o esporte em si. Outra diferença que o autor aponta é que a existência das desenvolvedoras de jogos não deriva dos *esports*, e sim das vendas de videogames. Isso não significa que elas têm interesses fundamentalmente diferentes das organizações cuja principal forma de renda vem da indústria do esporte, mas que a política adotada por elas pode ser ruim para o *esport* e boa para o negócio principal delas, que são os jogos. Um dos exemplos mais flagrantes de ausência de regras de integridade competitiva que ele cita é a lacuna de regulamentos compreensivos envolvendo as apostas. No caso da Riot Games, Koot (2019) descreve que ela proibiu apostas em qualquer partida de LoL para todos os jogadores profissionais. Nesse aspecto, para ela é relativamente fácil controlar quase todos os aspectos de *esport* do League of Legends, mas esse não é o caso de todas as desenvolvedoras e a existência de regras pode diferir de jogo para jogo. Outro aspecto para a qual quase nenhuma política existe é a proteção dos jogadores (KOOT, 2019), o que é problemático porque a maioria dos jogadores de *esport* são jovens e, por isso, estão em uma posição mais vulnerável. Esse fato afeta diretamente questões como as regras dos jogos e torneios, fairplay, doping, trapaças, direitos dos jogadores, entre outras. Segundo Taylor (2012, p. 57), "as regras devem sempre ser interpretadas e aplicadas por comunidades específicas situadas em conjuntos de ética e preocupações específicos e historicamente localizados[126]".

> Para aqueles que conhecem o conjunto completo de regras (sejam jogadores experientes ou árbitros), ainda achamos que esses jogadores fornecem um trabalho interpretativo valioso na sua aplicação ou no confronto com práticas emergentes. Jogadores experientes "descobrem" novos movimentos e táticas o tempo todo e eles devem ser conciliados com conjuntos de regras. As novas tecnologias mudam o que é possível,

[126] Tradução livre.

> mudando a forma como um jogo se desenrola, e isso deve ser avaliado[127] (TAYLOR, 2012, p. 58).

A autora explica que no caso dos jogos e esportes eletrônicos essa questão é complexa porque a relação entre sujeito e máquina é interativa e ambos interferem no desenrolar da narrativa fictícia. Por um lado, os algoritmos têm seu papel enquanto reguladores em certo nível, porém, não se pode descartar a importância humana para interpretar questões culturais, éticas e valores da sociedade que eles ainda não são capazes de compreender. Ela também comenta que nos casos dos torneios, a maioria dos documentos de regras tem entre cinco e dez páginas e especifica cuidadosamente muitos aspectos da jogabilidade, algumas delas são:

- Especificações técnicas das máquinas do torneio, incluindo informações sobre as velocidades do processador e o modelo do monitor;
- Ranking, estrutura do campeonato, situações de empate e estágios de mata-mata;
- Problemas de tempo (duração da partida, atrasos, etc.) e desconexões;
- Configurações do game (nível de dificuldade, seleção de personagens, velocidade do jogo, névoa de guerra no mapa, etc.);
- Diretrizes para uma partida no palco (versus uma área fechada) que podem incluir coisas como restrições e orientações sobre o uso de determinadas roupas, critérios do torneio para alterar as configurações do monitor, configurações de áudio e assim por diante;
- Proibições gerais sobre atividades que colocam em risco o fairplay (declarando que não são permitidos programas de trapaça ou hacks de mapas, nem desconexões intencionais).

Já as regras básicas sobre os jogadores em competições internacionais podem incluir:

- Restrições de idade;
- Requisitos de documentos de identidade e passaporte;
- Diretrizes do torneio em relação ao tamanho da equipe (até quantos integrantes são permitidos);
- Diretrizes sobre a substituição de jogadores;

[127] Tradução livre.

- Orientações de equipamento para jogadores (com relação a trazer o seu próprio equipamento).

De forma geral, Koot (2019) descreve que houve duas tentativas relevantes de se começar uma Organização Internacional do Esporte no âmbito dos *esports*, a IeSF (International e-Sports Federation) criada em 2008 e a WESA (World Esports Asscociation) criada em 2016. Ambas tentam ganhar a maior parte de sua legitimidade na indústria por meio de criação de normas dentro do jogo e trabalho em conjunto com federações nacionais, organizações de *esports* ou jogadores profissionais. Contudo, nenhuma das duas tem sido responsável por quaisquer resultados que são positivos para a indústria, apenas para si mesmas, indica Koot (2019). Para que alguma instituição global do *esport* seja uma verdadeira Organização Esportiva Internacional, o autor afirma que ela precisa ser vista como mais legítima que uma desenvolvedora, mas isso é obviamente difícil, pois são elas quem possuem os estúdios que criam um jogo. O que ele sugere, então, é que elas devem fornecer política e governança em áreas fora do jogo onde falta administração dessas empresas (como no caso da proteção aos jogadores ou apostas envolvendo partidas de *esport*). Dessa forma, "fornecendo governança real para os atores da indústria, eles podem se tornar o ator mais legítimo e, portanto, a organização a quem se deve recorrer quando alguma ação precisa ser tomada" (KOOT, 2019, p. 26).

Quanto às perspectivas de presença dos *esports* nos Jogos Olímpicos no futuro, Bach disse à Associate Press durante os Jogos Asiáticos de 2018 - evento que os esportes eletrônicos fizeram parte pela primeira vez, embora apenas como uma modalidade de demonstração - que "nós não podemos ter no programa Olímpico um jogo que está promovendo violência ou discriminação. (...) Os tão conhecidos jogos matadores. Eles, no nosso ponto de vista, são contraditórios aos valores Olímpicos e, por tanto, não podem ser aceitos[128]".

No entanto, Gries (2019) projeta que é apenas questão de tempo para que os *esports* sejam incorporados às Olimpíadas. Um dos indícios de que essa estimativa talvez não seja impossível no futuro próximo é que em 2019 os Jogos do Sudeste Asiático foram o primeiro evento multiesportivo que atribuiu medalhas aos *esports*. Além disso, o canal

[128] Disponível em: <https://www.eurogamer.net/articles/2018-09-04-esport-killer-games-arent-right-for-olympics-yet-says-ioc> Acesso em: 23 jul. de 2020.

Olímpico[129] postou em seu site uma matéria sobre o jogador sul coreano de League of Legends Faker - considerado o melhor e maior de toda a história desse gênero pela comunidade do LoL por suas conquistas e forma de jogar - contando a trajetória de vida e de jogador profissional dele, comparando-o como Cristiano Ronaldo dos *esports* e até indagando no final se seria possível um embate entre Faker e Alexandria Ocasio-Cortez, membra do United States House of Representatives que ocasionalmente joga LoL, nos Jogos de Londres 2018.

5.2 O cenário competitivo do League of Legends

Os atletas de esportes eletrônicos, por conta da natureza de videogame da modalidade, normalmente não utilizam seus nomes verdadeiros para se identificarem. Eles criam apelidos para serem seus usernames no jogo e na carreira profissional.

As competições do LoL, por sua vez, são definidas em dois âmbitos: regional e internacional. Para compreender o funcionamento de ambos é preciso primeiro que sejam esclarecidas as divisões das regiões que fazem parte do servidor do jogo, que podem sofrer mudanças ao longo do tempo, como separação ou integração de regiões, ou mesmo uma reformulação do campeonato regional. Dito isso, em 2019, existiam treze regiões onde cada uma possui sua própria liga e cada qual seu próprio formato, não havendo um modelo padronizado a ser seguido. São elas:

- NA (América do Norte). Liga: LCS;
- EU (Europa). Liga: LEC;
- KR (Coréia do Sul): Liga: LCK;
- CN (China). Liga: LPL;
- BR (Brasil). Liga: CBLoL;
- TR (Turquia). Liga: TCL;
- CIS (Comunidade dos Estados Independentes). Liga: LCL;
- OCE (Oceania). Liga: OPL;
- LAT (América Latina). Liga: LLA;
- VN (Vietnã). Liga: VCS;

[129] Disponível em: <https://www.olympicchannel.com/en/stories/news/detail/faker-lee-sang-hyeok-esports-phenom-olympics/> Acesso em: 28 de jul. de 2020.

- SEA (Sudeste Asiático). Liga: LST;
- Taiwan, Hong Kong e Macao. Liga: LMS;
- JP (Japão). Liga: LJL;

No âmbito regional as ligas são divididas em duas etapas: uma no primeiro semestre e outra no segundo semestre. Já no âmbito internacional existem dois torneios: o Mid-Season Invitational (MSI), que ocorre no meio do ano, e o Campeonato Mundial, que ocorre após as competições das ligas regionais se encerrarem. Desse modo, os campeões de cada liga no primeiro semestre disputam o MSI, enquanto no Mundial há a possibilidade de mais times de uma mesma região disputarem o torneio, a classificação deles depende exclusivamente dos seus resultados no segundo semestre. Por conta disso, a Riot Games divide as ligas locais em dois grupos: as regiões *majors* (ou seja, as principais ligas levando em conta os resultados nos torneios internacionais) e as regiões *minors* (ou emergentes, aquelas que possuem um desempenho inferior comparado às primeiras) para decidir quais poderão mandar outros times além do campeão da segunda etapa. Dessa maneira, atualmente elas são divididas assim:

- Regiões majors: LCS, LEC, LCK, LPL e LMS;
- Regiões minors: CBLoL, TCL, LCL, OPL, LLA, VCS, PCS e LJL.

No caso das regiões *majors*, cada uma recebe três vagas. Já no caso das regiões *minors*, devido à grande discrepância de nível competitivo, elas recebem apenas uma vaga. Além disso, no final do ano a empresa promove o All-Stars, um evento festivo que reúne jogadores (aposentados e atuantes) e *streamers*[130] de todas as regiões.

[130] *Streamers* são indivíduos que fazem transmissões ao vivo nas plataformas digitais. Nesse caso, são convidados jogadores de LoL que atuam profissionalmente como *streamers*.

Figura 37 - Ecossistema competitivo de League of Legends em 2019

Fonte: Riot Games[131] (2019)

Com base nesse contexto, o presente trabalho levará em conta apenas o Campeonato Mundial de 2019 no estudo de caso por este ser o evento que culmina no encontro das narrativas de todo o cenário competitivo, sendo o principal ativador da cultura participativa do League of Legends enquanto *esport*.

[131] Disponível em: <https://nexus.leagueoflegends.com/en-us/2019/12/2019-world-championship-hits-record-viewership/> Acesso em: 19 ago. de 2020.

5.3 As narrativas e rituais presentes no Campeonato Mundial de League of Legends

O Campeonato Mundial de League of Legends de 2019 foi realizado da seguinte maneira: primeiramente em Berlim acontece a *fase de entrada*, onde tanto os times das regiões emergentes quanto os terceiros times das regiões principais são divididos em grupos e disputam entre si quatro vagas para jogarem a fase de grupos do Mundial; finalizada essa etapa, inicia-se a *fase de grupos*, também em Berlim, com uma pequena cerimônia de abertura do evento, aqui os dezesseis times classificados são divididos em quatro grupos, onde apenas os dois melhores avançam para as *quartas de finais*, fase que dá início ao "mata-mata" da competição, realizado em Madrid; assim os vencedores de cada disputa seguem para as *semifinais*; na *final*, em Paris, é realizada uma grande cerimônia de abertura do evento antes do confronto entre os dois times restantes; por último, os jogadores vencedores junto à comissão técnica erguem o troféu do Mundial no próprio palco da final.

Como esse tópico busca identificar e analisar as principais narrativas e rituais presentes nesse evento competitivo, serão levadas em conta: as duas cerimônias de abertura, a música tema do Mundial de 2019 "Phoenix", a música tema do vídeo introdutório do Mundial 2019 "Majesty" do artista Apashe feat. Wasiu, e as partidas como um todo, não havendo intuito de apontar cada jogo da competição, já que a maioria dos rituais de esporte segue um modelo padronizado que indica quando, onde e porquê devem acontecer.

5.3.1 A cerimônia de abertura da final

Diferente de muitos eventos tradicionais, o Campeonato Mundial de League of Legends possui "duas" cerimônias de abertura: uma mais discreta e não tratada como oficial pelo evento, mas que ainda possui seu valor enquanto ritual, e outra no dia da final, que apesar de acontecer no encerramento do evento é tida como o início dele. Desse modo, esse tópico abordará apenas a segunda (a primeira será tratada em um tópico posterior).

Desde 2017, as cerimônias de abertura da final do Mundial de League of Legends têm cada vez mais incorporado efeitos tecnológicos ao seu espetáculo. Outro aspecto importante são as apresentações musicais, que constituem praticamente 100% de toda a

solenidade. Assim, a Riot Games tem utilizado de animações musicais para promover tanto seus personagens quanto seus eventos.

Contudo, assim como outros grandes eventos esportivos, ela se inicia com uma contagem regressiva de dez até zero, em seguida é mostrado o logo da desenvolvedora, que dá, então, a largada para a cerimônia de abertura da final. Em 2019, por meio dos efeitos especiais foram introduzidas as cores e os logos dos dois times adversários para apresentar os jogadores que irão competir pelo título no palco principal. Após isso, começa o primeiro show musical introduzindo a taça do Mundial, denominada de Summoner's Cup, em uma maleta produzida pela marca francesa Louis Vuitton, semelhante à da Copa do Mundo de Futebol da FIFA.

Figura 38 - Maleta da Louis Vuitton junto da taça do Mundial de 2019

Fonte: Riot Games[132] (2019)

Na segunda parte da cerimônia há a performance ao vivo do grupo musical do universo do League of Legends "True Damage", composto por cinco integrantes (Ekko, Qiyana, Akali, Senna e Yasuo), em forma de hologramas e com os próprios artistas que

[132] Disponível em: <https://twitter.com/riotgames/status/1192729989017427968> Acesso em: 24 ago. de 2020.

emprestaram suas vozes para as animações - foram eles Becky G, Keke Palmer, Duckwrth, Thutmose e Soyeon do grupo feminino de K-Pop (G)I-dle. A música “Giants” do conjunto foi feita como tema específico da final do Mundial de 2019.

Figura 39 - Soyeon com o holograma da Akali

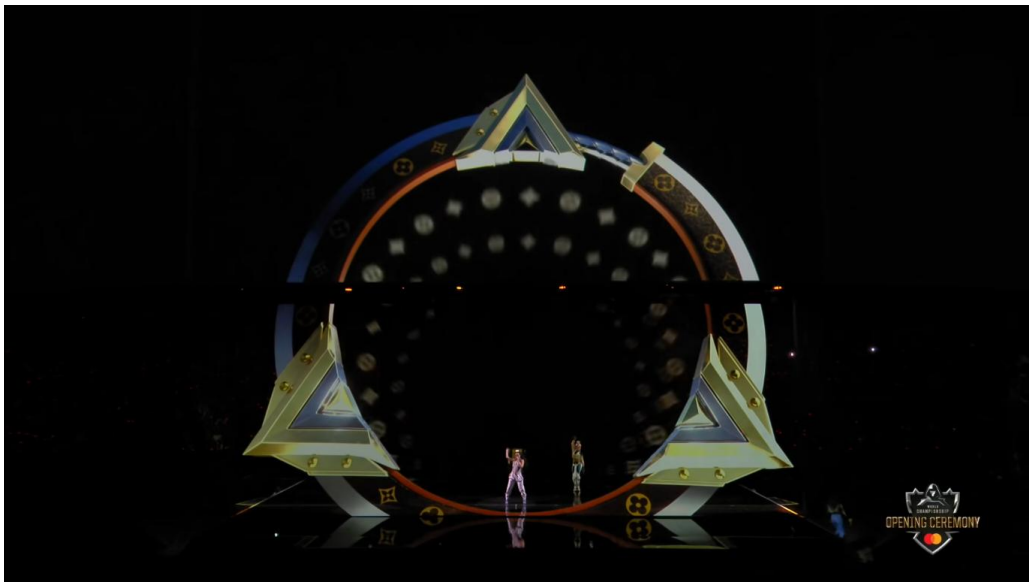
Fonte: Riot Games[133] (2019)

Figura 40 - Os rappers Duckwrth e Thutmose com o holograma do Ekko

Fonte: Riot Games[134] (2019)

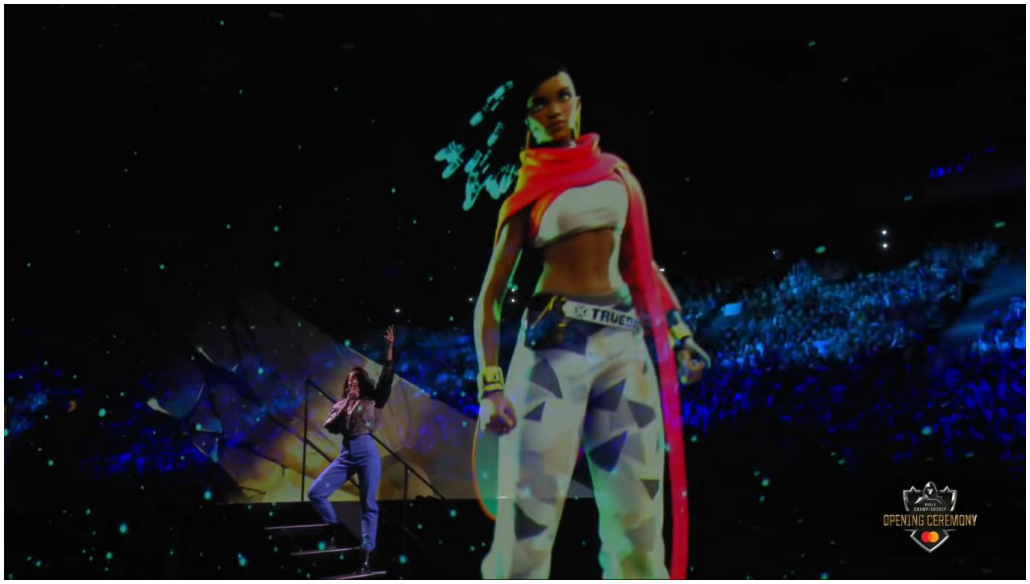
[133] Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6QDWbKnwRcc> Acesso em: 24 ago. de 2020.
[134] Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6QDWbKnwRcc> Acesso em: 24 ago. de 2020.

Figura 41 - Becky G com o holograma da Qiyana em sua skin de edição prestígio desenhada pela Louis Vuitton



Fonte: Riot Games[135] (2019)

Figura 42 - Keke Palmer com o holograma da Senna



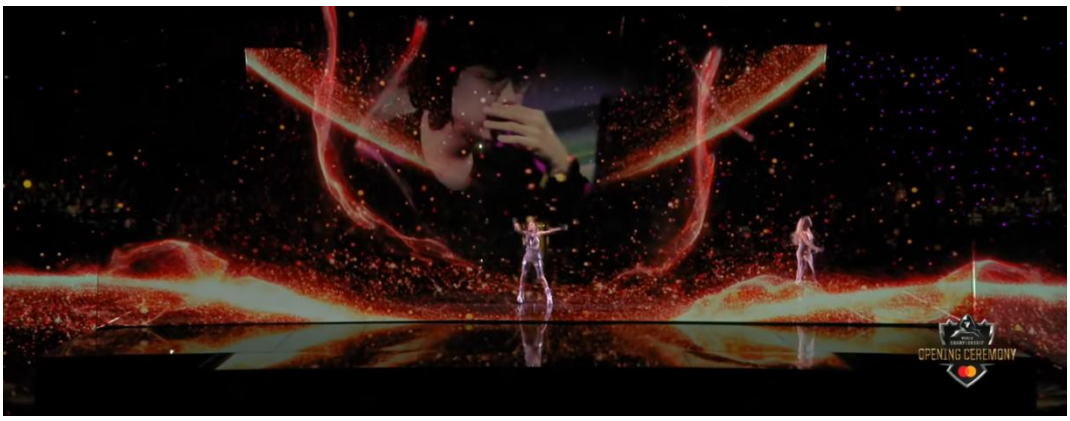
Fonte: Riot Games[136] (2019)

Na terceira parte, Chrissy Constanza e Cailin Russo realizam a performance da música tema de Mundial de 2019 “Phoenix” enquanto ao fundo passam imagens das equipes que foram eliminadas ao longo da competição, além de alguns momentos emocionantes dos atletas que já deixaram a mesma. A narrativa da cerimônia também

[135] Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6QDWbKnwRcc> Acesso em: 24 ago. de 2020.
[136] Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6QDWbKnwRcc> Acesso em: 24 ago. de 2020.

apresenta os símbolos de cada equipe campeã mundial na ordem as conquistas no telão enquanto foca na maleta, que enfim se abre e revela a taça do Mundial de 2019.

Figura 43 - Apresentação da música "Phoenix"



Fonte: Riot Games[137] (2019)

Nos últimos momentos dessa performance, os atletas das duas equipes sobem no palco e se posicionam de cada lado da Summoner's Cup para serem apresentados ao público francês por nome e posição. Os apresentadores, tanto em Paris na final quanto em Berlim e Madrid, são extremamente energéticos, podendo ser comparados ao estilo de apresentadores de MMA.

Figura 44 - Apresentação dos jogadores da FPX na cerimônia de abertura da final

Fonte: Riot Games[138] (2019)

[137] Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6QDWbKnwRcc> Acesso em: 24 ago. de 2020.
[138] Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6QDWbKnwRcc> Acesso em: 24 ago. de 2020.

Figura 45 - Apresentação dos jogadores da G2 na cerimônia de abertura da final

Fonte: Riot Games[139] (2019)

Encerrada a cerimônia de abertura, todos os atletas seguem para seus respectivos monitores, configuram seus equipamentos e se preparam para o início da final do Mundial de 2019.

5.3.2 Os rituais esportivos no Mundial de 2019

O League of Legends, apesar de ser um esporte eletrônico, possui rituais que tornam determinadas ações sagradas dentro daquele contexto, assim como os esportes tradicionais. Entretanto, eles podem variar das ligas regionais para o palco internacional. No caso do Mundial 2019 os principais rituais esportivos que puderam ser identificados foram:

Apresentação da taça do Mundial: os campeões mundiais atuais trazem a taça ao palco na fase de grupos e a colocam no seu respectivo suporte, onde ela vai ficar à mostra até as semifinais.

[139] Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6QDWbKnwRcc> Acesso em: 24 ago. de 2020.

Figura 46 - Apresentação da taça do Mundial de 2019 pela IG, equipe campeã em 2018

Fonte: Riot Games[140] (2019)

Apresentação dos jogadores: no primeiro dia da fase de grupos há uma introdução de todos os jogadores e técnicos das duas equipes que irão se enfrentar na partida; isso também acontece posteriormente em todos os jogos do mata-mata. Na final, por ser o grande evento, esse ritual faz parte da cerimônia de abertura.

Figura 47 - Apresentação dos jogadores da Damwon no primeiro dia da fase de grupos

Fonte: Riot Games[141] (2019)

[140] Disponível em: <https://www.twitch.tv/videos/493510336?filter=archives&sort=time> Acesso em: 27 ago. de 2020.
[141] Disponível em: <https://www.twitch.tv/videos/493510336?filter=archives&sort=time> Acesso em: 27 ago. de 2020.

Cumprimento entre os jogadores: a equipe vencedora da partida caminha em direção à equipe derrotada e todos os jogadores se cumprimentam com um aperto de mãos.

Figura 48 - Jogadores da C9 cumprimentando os jogadores da Hong Kong Attitude após a partida

Fonte: Riot Games[142] (2019)

Cumprimento para a torcida: no caso da fase de entrada, pela disposição do ambiente, os jogadores que venciam as partidas davam "*high fives*" aos torcedores presentes no estúdio. Já a partir da fase de grupos, por estarem jogando em um palco, os jogadores acenavam à torcida e se curvavam perante à ela em gesto de agradecimento.

Figura 49 - Unicorns of Love cumprimentando a torcida na fase de entrada após sua vitória

Fonte: Riot Games[143] (2019)

[142] Disponível em: <https://www.twitch.tv/videos/493962281?filter=archives&sort=time> Acesso em: 27 ago. de 2020.

Figura 50 - Griffin cumprimentando a torcida na fase de grupos após vencer o time da C9

Fonte: Riot Games[144] (2019)

Os cantos da torcida europeia de "TSM": TSM é uma organização americana de *esports*. No caso do League of Legends, é comum em campeonatos internacionais que outras torcidas gritem o nome da equipe quando ela não está presente na competição como uma forma de meme da comunidade.

Entrevistas pós-jogo: após vencer uma partida ou uma série[145], um dos jogadores da equipe é entrevistado no palco ou no *backstage* (fase de grupos), ou no estúdio (fase de entrada). Caso os jogadores não saibam, ou não se sintam confortáveis falando inglês, há tradutores oficiais que ficam ao lado deles traduzindo as perguntas e as respostas em tempo real.

Torcida organizada: alguns times, mesmo sendo de fora da Europa - onde o Mundial foi sediado em 2019 -, tinham um grupo de torcida organizada os apoiando durante o evento. Diferente do que o termo remete ao âmbito do futebol, no LoL as torcidas tem seus cantos, bandeiras, merchandising e cartazes de papel e eletrônicos, apenas torcendo pelo seu time de maneira pacífica.

---

[143] Disponível em: <https://www.twitch.tv/videos/489172130?filter=archives&sort=time> Acesso em: 26 ago. de 2020.
[144] Disponível em: <https://www.twitch.tv/videos/496205234?filter=archives&sort=time> Acesso em: 26 ago. de 2020.
[145] Nas fases de mata-mata são jogadas séries de melhor de cinco, isto é, jogam-se partidas consecutivas até que uma das equipes vença três delas.

Figura 51 - Torcida organizada da FPX liderada pela esposa do jogador Doinb

Fonte: Riot Games[146] (2019)

Torcida em geral: nas competições internacionais de LoL, as manifestações de apoio se dão normalmente através de cantos e palmas (batidas com as próprias mãos ou por meio de bastões de plástico).

Sorteio das quartas de final: logo após o fim da fase de grupos, um jogador de cada equipe classificada para a semifinal apresenta-se no palco. De um lado ficam aqueles que terminaram em primeiro lugar em seus respectivos grupos, do outro os que terminaram em segundo. Quando um confronto é definido, ambos os jogadores das equipes sorteadas apertam as mãos e saem do palco.

Figura 52 - Jogadores das equipes classificadas para as quartas de final no palco aguardando o sorteio

Fonte: Riot Games[147] (2019)

[146] Disponível em: <https://www.twitch.tv/videos/499763039?filter=archives&sort=time> Acesso em: 28 ago. de 2020.

Figura 53 - Tarzan da Griffin e Rookie da IG apertando as mãos após seu confronto ser sorteado

Fonte: Riot Games[148] (2019)

Levantamento da taça do Mundial durante o palco: após o jogo da final, os jogadores vencedores junto da comissão técnica vão ao centro do palco para erguer a taça juntos, e depois um de cada vez. É comum também que eles estejam vestindo a bandeira da equipe em volta do corpo, ou mesmo a bandeira de seu país/região. Uma curiosidade é que, diferente da Copa do Mundo, ela realmente é levada pelos campeões.

Figura 54 - Jogadores da FPX levantando a taça após vencerem o Mundial de 2019

Fonte: Riot Games[149] (2019)

[147] Disponível em: <https://www.twitch.tv/videos/497127334?filter=archives&sort=time> Acesso em: 28 ago. de 2020.
[148] Disponível em: <https://www.twitch.tv/videos/497127334?filter=archives&sort=time> Acesso em: 28 ago. de 2020.

Figura 55 - Equipe da FPX comemorando a vitória na final

Fonte: Riot Games[150] (2019)

Cerimônia final de medalhas: os jogadores são entrevistados logo após a comemoração final, e em seguida, fazem uma fila ficando lado a lado no palco. No Mundial de 2019, por ter sido sediado em Paris, as figuras responsáveis por entregar as medalhas à equipe vencedora foram: o prefeito da cidade Jean-François Martíns, o CEO da Riot Games Nicolo Laurent, os co-fundadores da Riot Games Marc Merril e Brandon Beck e o chefe global do LoL Esports John Needham. Os jogadores também receberam uma "espada de croissant" celebratória.

Figura 56 - Equipe da FPX após receber as medalhas com o prefeito de Paris e os representantes da Riot Games e do LoL Esports

Fonte: Riot Games[151] (2019)

---

[149] Disponível em: <https://www.twitch.tv/videos/506331985?filter=archives&sort=time> Acesso em: 28 ago. de 2020.
[150] Disponível em: <https://www.twitch.tv/videos/506331985?filter=archives&sort=time> Acesso em: 28 ago. de 2020.

Figura 57 - Jogadores da FPX com a “espada de croissant”

Fonte: Riot Games[152] (2019)

Uso de adesivos com o logo da organização no rosto: tanto jogadores quanto membros da comissão técnica podem colar adesivos no rosto com a figura do logo da organização na final do Mundial, quase como uma pintura de guerra.

Figura 58 - Comissão técnica da FPX usando o adesivo com o logo da equipe

Fonte: Riot Games[153] (2019)

[151] Disponível em: <https://www.twitch.tv/videos/506331985?filter=archives&sort=time> Acesso em: 28 ago. de 2020.
[152] Disponível em: <https://www.twitch.tv/videos/506331985?filter=archives&sort=time> Acesso em: 28 ago. de 2020.
[153] Disponível em: <https://www.twitch.tv/videos/506331985?filter=archives&sort=time> Acesso em: 28 ago. de 2020.

Premiação do jogador MVP: após a cerimônia de entrega de medalhas, elege-se o melhor jogador da final, que recebe um troféu à parte.

Figura 59 - Tian, jungler da FPX, recebendo o troféu de MVP das mãos de Nicolo Laurent

Fonte: Riot Games[154] (2019)

Coletivas de imprensa pós-jogo na fase de mata-mata: após o final de cada jogo do mata-mata, as tanto as equipes vencedoras quanto as perdedoras seguem para um espaço de imprensa onde dão uma coletiva oficial comentando sobre o jogo, expectativas durante a competição, sentimentos após uma vitória ou derrota, estratégias, etc. No caso de derrota, a equipe pode negar-se a fazer a coletiva de imprensa.

5.3.3 O mito do herói

A “primeira” cerimônia de abertura, que o próprio evento não considera como tal, acontece de forma discreta, porém contém aspectos interessantes o suficiente para que sejam destacados.

Ela acontece no primeiro dia da fase de grupos, antes das partidas começarem. O vídeo introdutório traz um pequeno compilado das narrativas dos principais do cenários (atual e antigo) presentes na competição: os possíveis novos vencedores, os atuais vencedores, os antigos vencedores e os maiores vencedores em contraste com a arquitetura

[154] Disponível em: <https://www.twitch.tv/videos/506331985?filter=archives&sort=time> Acesso em: 28 ago. de 2020.

clássica dos monumentos da cidade de Berlim, local que sediou a fase de entrada e a fase de grupos. Faz-se então o contraste da imagem dos jogadores de esports que fisicamente nada se assemelham à imagem dos antigos guerreiros, disputando a taça e a chance de instituir seu novo império, retomá-lo ou dar continuidade a ele. A música de fundo "Majesty" com sua letra complementa, então, essa narrativa.

> Eu exijo o resgate do rei pela realeza. Eu mereço uma mansão, sou da realeza Intitule-me sua majestade Para formar uma nova dinastia.O antigo estava morrendo, percebe? (...) Réquiem pras almas dos antigos nós. Reúnam-se, podemos todos assistir o trono cair. Um novo rei ascendeu, um fantasma, pessoal. (...) Eles me proclamam como rei, mas isso nunca vai acontecer. Irei eu renascer supremo e chover granizo em seu ombro?[155] (APASHE; WAISU, 2018).

Nesse contexto, o vídeo associa diretamente os jogadores ao mito herói, aqueles que estabelecem a relação entre o real e o imaginário no League of Legends competitivo. Eles são as lendas, ou podem se tornar, são os ídolos que fazem com que os fãs desse esporte eletrônico se identifiquem com ele, com eles.

Vale destacar também como o vídeo trata da queda e ascensão, principalmente quando faz o paralelo da imagem do "deus caído" e o seu retorno. Deus não no sentido literal da mitologia grega referindo-se a Hefesto, mas do atleta que é referenciado por grande parte da comunidade como o "deus" do jogo, que recebeu o apelido de "Unkillable Demon King" (Rei Demônio Imbatível, em tradução livre), mas que na final do Mundial de 2017 sofreu a sua primeira derrota (já tendo ganhado as edições de 2013, 2015 e 2016), comovendo a comunidade como um todo com as suas lágrimas após o jogo. Tanto fãs quanto jornalistas e até mesmo outros jogadores profissionais esperavam e comentavam sobre um possível "arco de redenção" do jogador sul coreano Lee "Faker" Sang-hyeok, afinal muitos desses colegas de profissão também assumem tê-lo como modelo. Helal (1998, p. 151) descreve que são nos momentos de "derrocada" do ídolo que os fãs descobrem, ou percebem, que o mito é um ""mortal", um "homem como outro qualquer", que tem suas fraquezas, que passa mal, dorme abraçado no pai nos momentos difíceis, sofre de solidão, sente-se aprisionado e ainda, de forma emblemática, trata-se apenas de "um menino"".

[155] Tradução livre.

Figura 60 - Imagem da transição da final do Mundial de 2017 para o início do Mundial de 2019 no vídeo promocional

Fonte: Riot Games[156] (2019)

"A narrativa clássica em torno da figura do herói fala de luta, superação de obstáculos aparentemente intransponíveis e de redenção e glória de um povo. O herói tem que cumprir sua missão: conceder dádivas aos seus semelhantes" (HELAL, 1998, p. 146). Nesse sentido, havia uma grande expectativa de que ele voltaria ao topo e o próprio jogador cobrava tal resultado.

> Os olhos estão sobre o Faker, que diz que qualquer resultado sem ser a vencer o Campeonato Mundial será um pouco decepcionante. Há um arco da redenção em andamento para a SK Telecom T1, e eu acho que isso

[156] Disponível em: <https://www.twitch.tv/videos/493510336?filter=archives&sort=time> Acesso em: 27 ago. de 2020.

> deve ser interessante para qualquer um que já viu Michael Jordan dar a volta por cima[157] (KANG, 2019, n. p.).

> No final das contas, Faker renasceu. E não por alguma entrada grandiosa, mas pelas cinzas de seus fracassos passados. Faker não está faminto por este campeonato, ele está faminto por ele. Você podia ver em seus olhos cheios de lágrimas quando ele olhou de volta para o Samsung Galaxy enquanto eles erguiam o troféu em 2017[158] (ESGUERRA, 2019, n.p.).

Para Campbell (1989), essas situações de afastamento são necessárias para que o herói volte renascido, grandioso e pleno de poder criador. Helal (2003) complementa que com isso, a construção dessa figura, iniciada no mito, passa a ter as condições necessárias para tornar-se um herói ainda mais mítico e convincente. Contudo, mesmo após não conseguir vencer o Mundial de 2019 junto com seu time, caindo nas semifinais, o jogador disse: "eu sinto que o maior motivo pelo qual nós perdemos sou eu, então eu quero dizer aos meus colegas de time que eles fizeram um ótimo trabalho, e que eu sinto muito[159]".

Essa narrativa da queda à ascensão dos jogadores no Campeonato Mundial de 2019 é reforçada pela música tema do torneio "Phoenix". Inclusive, o videoclipe conta com três *mid laners* que durante suas carreiras, em algum momento tiveram que lidar com seu fracasso, que no caso foram Caps da equipe europeia G2 (atual campeã do MSI 2019), Rookie da equipe chinesa IG (campeão mundial de 2018) e Faker da equipe sul coreana SKT T1 (tricampeão mundial).

> E agora você está brincando com fósforos. Saia das cinzas debaixo de você. Um milhão de vozes na multidão estão gritando: Pare agora. Vamos deixá-los engolir orgulho deles, você está virando a maré para os que realmente acreditam. Você tem eles na palma da sua mão, você está brincando de Deus agora. O que você vai fazer agora? É o seu reflexo olhando de volta para te derrubar. Então, você vai morrer hoje ou vai conseguir sobreviver? Você tem que conquistar o monstro na sua cabeça e então você vai voar. Voe, fênix, voe. É hora de um novo império. Vá, enterre seus demônios e derrube o teto. Fênix, voe[160] (LEAGUE OF LEGENDS; RUSSO; CONSTANZA 2019, n. p.).

---

[157] Tradução livre. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/video-games/esports/2019/10/02/fakers-michael-jordan-like-return-highlights-league-legends-world-championship-story-lines/> Acesso em: 5 nov. de 2019.

[158] Tradução livre. Disponível em: <https://dotesports.com/league-of-legends/news/worlds-2019-is-fakers-chance-for-redemption-and-revenge> Acesso em: 23 nov. de 2019.

[159] Tradução livre. Disponível em: <https://www.dexerto.com/league-of-legends/faker-hints-changes-skt-semifinal-failure-worlds-2019-1212395> Acesso em: 23 nov. de 2019.

[160] Tradução livre.

Ele retrata as batalhas pessoais de cada jogador, seja com seus próprios demônios, com a pressão da mídia ou dos comentários negativos nas redes sociais de fãs raivosos. Justo a isso, eles também eram simbolizados pelos personagens que estavam associados aos seus últimos fracassos internacionais. Lissandra foi a última campeã com a qual Rookie jogou na fase de grupos do Mundial de 2015, onde apesar da vitória a IG já estava eliminada e terminaria em último lugar. Ele só retornaria aos palcos do Mundial novamente três anos depois. Irelia foi a campeã com a qual Caps foi derrotado pela IG na final do mundial de 2018, na época ele jogava pela Fnatic, rival da G2. E Karma foi a campeã com a qual Faker perdeu o último jogo da final em 2017 para a Samsung Galaxy, sendo sua última participação em uma final de Mundial.

5.3.4 Outras narrativas do Campeonato Mundial de 2019

Por fim, vale a pena destacar outras narrativas menores que também fizeram parte do panorama narrativo do Campeonato Mundial de 2019.

"*Será que os times norte americanos finalmente vão ser bem sucedidos?*": desde quando esse evento internacional teve início em 2011, a América do Norte não têm alcançado os mesmos resultados e sucesso que as outras grandes regiões (China, Coréia do Sul, Europa e Taiwan/Hong Kong/Macau), pois é a única que ainda não venceu nenhuma edição do Mundial até hoje. Desse modo, esse é um questionamento recorrente. O fracasso da região em 2019 foi ainda maior quando nenhum time norte americano conseguiu passar da fase de grupos.

"*O possível retorno da dinastia sul coreana*": após ter o seu pior percurso em 2018, quando nenhuma equipe sul coreana chegou às semifinais pela primeira vez desde que a região passou a competir o Mundial em 2013, esse ano havia a narrativa da possibilidade dela voltar ao topo, principalmente após os três times coreanos terminarem a fase de grupos em primeiro lugar. No entanto, esse ano eles definitivamente deixaram sua dinastia para trás e deram lugar a um novo império no LoL competitivo.

"*A instauração do domínio chinês*": com as vitórias em 2018 e 2019 consecutivamente, a China tem se estabelecido como a nova melhor região do mundo, dominando o cenário competitivo internacional ao ganhar ambas finais de 3 a 0 dos times europeus.

"*A torcida da casa e o favoritismo do 'dream-team' europeu*": após a vitória da G2 no MSI de 2019, havia uma grande expectativa de que o time dos sonhos da Europa pudesse ganhar seu primeiro Mundial, principalmente tendo o apoio da torcida da casa à seu favor. Na final, porém, o time acabou perdendo de 3 a 0 para a FPX e a Europa novamente perdeu a final para China de maneira unilateral.

"*O Mundial dos mid laners*": desde o lançamento do videoclipe da música "Phoenix" o próprio evento destacou a história dos mid laners - dentre todas as outras posições - e o encontro dos grandes nomes no torneio. Era o retorno de Faker, a disputa pelo bicampeonato da IG de Rookie, a saída de Caps da Fnatic para a G2 - a maior rival da sua antiga equipe - e o fato dele ser o primeiro jogador europeu a disputar duas finais seguidas, a primeira participação do carismático Doinb da FPX, conhecido por suas escolhas de inusitadas de campeões, a chance de Nemesis substituir Caps à altura na Fnatic e vingar a derrota da equipe na final europeia, e o surgimentos dos novos talentos sul coreanos Showmaker e Chovy.

"*Quem vai conseguir sobreviver ao grupo da morte?*": depois do sorteio dos grupos do Mundial de 2019, um deles destacou-se por concentrar três equipes tradicionais do cenário que tinham chances de chegar, pelo menos, às semifinais, mas que apenas duas poderiam continuar na próxima fase. No grupo da morte SKT, Fnatic e RNG disputariam entre si para ver quem seria eliminada na fase de grupos pela primeira vez. E a Clutch Gaming seria o grande azarão ali.

"*Será que a Griffin vai pipocar?*": apesar de ser um time novo, que acabara de sair do circuito desafiante da Coréia do Sul (o equivalente a série B do futebol) para o Mundial, havia uma narrativa de que a Griffin era um time pipoqueiro por ser talentoso, mas que não conseguia ganhar uma série melhor de cinco na LCK.

5.4 O potencial das identidades culturais e da cultura participativa nas competições de esports

Por ser um grande evento de *esport* midiático, o Campeonato Mundial de League of Legends é propício para se explorar o potencial da cultural local das cidades anfitriãs para promover tanto o próprio torneio, seja nas cerimônias de abertura, seja na final ou como identidade visual, quanto as próprias cidades como destinos turísticos.

Assim, programas para cidades disputarem o direito de serem anfitriãs de eventos são comuns nos esportes tradicionais. Já no caso dos esportes eletrônicos, segundo a Newzoo[161], o ano de 2019 deu o início aos programas de cidades sede para diversos eventos de *esports*. As análises do relatório inicial dessa pesquisa sugerem que essa é uma opção atraente para cidades com visão de futuro que procuram aumentar as receitas por meio do turismo ao mesmo tempo em que expõem sua cidade a um grupo demográfico mais jovem, desse modo isso não só aumentaria o turismo local como também poderia atrair jovens talentos altamente qualificados no setor da tecnologia e dos esportes eletrônicos. Após a final da liga européia no primeiro semestre desse ano, a Riot Games liberou pela primeira vez um relatório[162] sobre o impacto de seus eventos na economia local, indicando uma contribuição de 2.6 milhões de dólares para a cidade de Roterdã. Quanto ao Mundial, a empresa não disponibilizou nenhum dado até o final desse trabalho.

No caso dos Jogos Olímpicos, maior megaevento multiesportivo da sociedade contemporânea, são criados e produzidos logos, mascotes, elementos de identidade visual e cerimônias de abertura e encerramento apresentando a cultura do país, por exemplo. Isso faz com que tanto a população local crie uma identificação com o evento quanto o próprio tenha a sua própria identidade, diferenciando-se de outras edições.

Já no caso do Campeonato Mundial de 2019, a Riot Games utilizou-se principalmente da arquitetura clássica da cidade de Berlin para criar a identidade visual da competição e materializá-la onde as partidas da fase de grupos às semifinais aconteceram, acrescentando papel de parede com padrões de mármore branco e dourado no chão, bem como pedras brancas nas laterais e na entrada central do palco. É possível dizer que pelo uso das cores, formas e disposições das imagens há uma intenção também de se fazer referência à Grécia Antiga e aos mitos de monstros e heróis da época em uma versão "atualizada" com os elementos do jogo e da competição.

---

[161] Disponível em: <https://newzoo.com/insights/articles/newzoos-esports-trends-to-watch-in-2020/> Acesso em: 21 ago. de 2020.

[162] Disponível em: <https://esportsobserver.com/riot-tourism-lec-spring-rotterdam/> Acesso em: 21 ago. de 2020.

Figura 61 - Pôster oficial do Mundial de 2019

Fonte: Washington Post[163] (2019)

Figura 62 - Cenário do palco da fase de grupos do Mundial de 2019 em Berlim

Fonte: Estnn[164] (2019)

[163] Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/video-games/esports/2019/10/02/fakers-michael-jordan-like-return-highlights-league-legends-world-championship-story-lines/> Acesso em: 5 nov. de 2019.
[164] Disponível em: <https://estnn.com/league-of-legends-worlds-2019-groups-day-four-recap/> Acesso em: 21 ago. de 2020.

Figura 63 - Detalhes do cenário da fase de grupos do Mundial de 2019 em Berlim

Fonte: LoL Esports[165] (2019)

Nesse sentido, tendo em vista as possibilidades a serem exploradas enquanto espetáculo de esporte eletrônico, o Mundial de League of Legends ainda pode incorporar mais elementos das culturas locais onde é sediado, usando as regiões e estruturas das cidades não só como inspiração, mas como parte integral de seu espetáculo com mais frequência. Na edição de 2017, a Yellow Crane Tower em Wuhan na China trocou suas luzes tradicionais pelas cores azul na sua metade direita e vermelha na sua metade esquerda, representando a divisão de lados do mapa do jogo. Essa estratégia beneficia tanto a cidade anfitriã e quanto o evento, pois a cultura e o esporte podem proporcionar maior profundidade às marcas e valores intangíveis como aumento de autoestima, qualidade de vida, confiança e identidade cultural. A última ainda é extremamente importante para estimular a cultura participativa essencial aos *esports* por parte do público e dos fãs. Além disso, ainda há a oportunidade desse e de outros esportes eletrônicos utilizarem o próprio jogo para transmitirem esses valores culturais durante os períodos dessas competições e isso é algo que nenhum esporte pode fazer.

Taylor (2012) explica que diferente dos esportes tradicionais, onde os fãs podem nunca ter praticado tal modalidade, os *fandoms*[166] de esportes eletrônicos e do seu cenário

[165] Disponível em: <https://www.flickr.com/photos/lolesports/48930996741/in/photostream/> Acesso em: 21 ago. de 2020.

profissional frequentemente surgem por conta de sua experiência direta com o título do *game*. Essa é a possivelmente uma característica que diferencia os *esports* das outras práticas, diz a autora.

> Ainda assim, os fãs do e-sport estão freqüentemente investidos profundamente na construção desses jogos como esporte e como profissionalmente viáveis, em fazer com que os jogadores que eles respeitam sejam vistos pelo mundo exterior como qualificados e talentosos. Eles podem ter opiniões fortes sobre o que é necessário para ter sucesso e, embora muitos estejam convencidos de sua ascensão inevitável, há momentos de pessimismo. Eles também se viram na posição de ter que lidar com assuntos ainda mais carregados quando surge a relação entre esporte, política e a construção do jogo profissional como uma atividade internacional[167] (TAYLOR, 2012, p. 193).

Com isso, a internet foi fundamental para que a cultura de *fanbases* dos jogos profissionais pudesse florescer e se disseminar, tornando-se parte ativa das construções de narrativas transmídia deles. Assim, a pesquisa da Newzoo[168] aponta que muitos dos responsáveis pela tomada de decisão de *esports* estão começando a ver o valor dos produtos digitais que incluem cosméticos no jogo e ofertas de visualização over-the-top (OTT), isto é, acesso a mais conteúdo de jogos ao vivo, bem como conteúdos de transmissões anteriores e posteriores ao jogo como imagens da tela do jogador, tours nos bastidores com jogadores e podcasts com análise pós-jogo. No caso do LoL já há o uso bem explorado das *skins* (de personagens e de campeões mundiais), de conteúdos pré e pós jogo durante o Mundial e do Pro View, conteúdo pago onde fãs, analistas e os próprios jogadores profissionais podem assistir a telas específicas do ponto de vista de todos os jogadores em todas as partidas que eles jogam. Espera-se também que desenvolvedora e organizadores experimentem ainda mais o uso de produtos direct-to-consumer em 2020, afinal, esses tipos de inovações fortalecem a comunidade de esportes eletrônicos de cada jogo, bem como sua comunidade de jogos mais ampla e, portanto, reforçam a marca geral do título desenvolvido.

---

[166] Fandom é um termo referente à subcultura dos fãs de determinada coisa.
[167] Tradução livre.
[168] Disponível em: <https://newzoo.com/insights/articles/newzoos-esports-trends-to-watch-in-2020/> Acesso em: 21 ago. de 2020.

6. Considerações Finais

Os videogames são meios de comunicação novos comparados a outras mídias mais tradicionais como o rádio, o cinema e a televisão. Mais recente ainda é a ideia de práticas esportivas eletrônicas e seus grandes eventos competitivos em nossa sociedade. Desse modo, por conta da abrangência que o objeto de estudo proposto carrega, que vai dos jogos eletrônicos aos *esports*, bem como da semântica ampla e complexa de ambos os conceitos, que dificulta a formulação de uma definição concreta sobre esses fenômenos, essa pesquisa buscou, em primeiro, nível realizar uma análise multidisciplinar relacionando áreas do conhecimento como Comunicação, Educação Física, Sociologia, Filosofia e Antropologia Cultural para poder, então, compreender de forma mais profunda tanto as narrativas do League of Legends enquanto esporte eletrônico quanto os processos de legitimação pelos quais essa manifestação cultural tem passado no contexto contemporâneo.

O início da prática esportiva na sociedade não possui uma data ou período que possa servir de marco temporal, isso porque o esporte que se conhece nos dias de hoje é algo recente, especialmente considerando a alta performance. Por outro lado, tribos e civilizações ancestrais já se utilizavam dele, mas como um ritual importante para a vida de seu povo. Nesse sentido, o tempo, o local e as figuras místicas são tão importantes quanto a atividade física utilizada para realizá-los. Guttmann (2004) explica que apesar dos Jogos Olímpicos da Antiguidade serem considerados os antecessores dos esportes modernos, eles eram culturalmente mais similares aos esportes rituais de tribos como Apaches e Astecas, pois mesmo havendo uma competição, ele era um evento extremamente sagrado, não podendo ser realizado em qualquer período ou local, que aproximava os homens dos deuses gregos e formava o caráter de seus cidadãos. Para ele, os esportes no modelo romano são os que verdadeiramente aproximam-se do conceito atual, já que eles acreditavam no físico *fitness* dos gladiadores, valor que até hoje é importante na sociedade, bem como na política do pão e circo, que espetacularizava as lutas entre gladiadores. Dessa maneira, o autor caracteriza que os esportes modernos são: seculares, especializados, racionalizados, burocráticos, quantificadores, buscam recordes e pressupõem igualdade.

Assim, quando os esportes eletrônicos surgem, uma das maiores discussões em torno dessa nova prática é sua legitimidade enquanto modalidade esportiva em si. A grande questão é a concepção conservadora de que os esportes tradicionais implicam um embate

entre corpos ou um desenvolvimento do físico do atleta, enquanto os *esports* são apenas videogames competitivos produtos da indústria cultural.

Fink (2016) deixa bem claro em sua obra “Play as Symbol of the World” que as relações do ser humano com o próprio corpo são essenciais, pois o amor floresce em carne; o trabalho e a luta custam sangue suor e lágrimas; o jogo humano oscila no ritmo dos gestos da dança e da mímica, na palavra sonora e no canto; e a morte nos transforma em um cadáver sem vida. Essa mesma lógica afeta atividades como a dama, o xadrez e o pôquer profissionais, que também não são tidos como esportes verdadeiros no consenso geral. Em 2017, o governo brasileiro reconheceu que os chamados “esportes da mente” como esses mencionados podem se enquadrar nas diferentes modalidades esportivas previstas na lei. A deputada Flávia Morais (PDT-GO) afirma que “a sociedade e suas práticas são dinâmicas, surgindo sempre novas formas de interação esportiva, as quais não podem estar engessadas por lei, podendo ser incorporadas de forma mais eficiente por regulamento” (2017, n. p). Quanto ao uso da tecnologia, para o autor ele é válido quando não interfere no desenvolvimento do corpo do atleta, mas na profissionalização da modalidade, dando resultados mais precisos ou desenvolvendo equipamentos melhores, por exemplo. Corridas de automobilismo, em sua visão, já são atividades de interesse majoritariamente comercial que tornam o jogo uma ocupação técnica. No entanto, tais afirmações podem ser contra-argumentadas quando, nos dias de hoje, os esportes tradicionais são tão midiatizados e espetacularizados quanto aqueles que envolvem máquinas como interface para a sua realização.

Além disso, Witkowski (2012a, 2012b) evidencia que os esportes eletrônicos podem ser tão desgastantes mentalmente quanto fisicamente para os jogadores profissionais, pois eles envolvem, pelo menos, seis vetores da fisicalidade comumente associados com os corpos esportivos tradicionais: movimento humano, o equilíbrio do corpo, engajamento háptico, compostura, a criação de espaços pelas interações de movimento e jogo em equipe. Taylor (2012) justifica que eles requerem: habilidade incorporada e maestria, facilidade técnica, domínio do jogo e de sistemas, pensamento tático e estratégico, habilidade de improvisação, habilidades sociais e psicológicas, e experiência profissional e institucional dos atletas. Outro indício disso são as existências de lesões nos pulsos e nas costas comumente identificadas entre os jogadores profissionais devido aos movimentos rápidos e repetitivos de cliques no mouse e teclado (nos casos de jogos para PC) e à postura que os mesmos mantêm ao ficar sentados por longas horas nos

treinos e competições. Nesse contexto, já vêm sendo discutidos na comunidade de *esports* os benefícios dos jogadores praticarem alternativamente atividades físicas como forma de treinamento complementar para seu bem estar e saúde.

No entanto, o que torna a definição dos *esports* tão complexa é que o próprio conceito de esporte é amplo, de modo que muitos historiadores consideram que tudo pode ser esporte, confessa Tiedemann (2004). Neste trabalho, dentre as diversas tentativas de definir o que são os esportes eletrônicos, acredita-se que Hamari e Sjöblom (2017, p. 213) chegaram a uma proposta mais específica e próxima da complexidade do fenômeno quando estabelecem que eles "são uma forma de esporte onde os aspectos primários deste são facilitados por sistemas eletrônicos; tanto o input de jogadores e equipes quanto o output do sistema do eSport são mediados pela relação humano-computador". Assim, são definidas quais condições do esporte devem ser eletrônicas ou mediadas por uma interface digital. Contudo, é importante ressaltar que as competições profissionais de videogames não são restritas aos jogos de computador e incluem jogos digitais em consoles e jogos *mobile* atualmente.

O conceito de esporte também interage com o de jogo, intrínseco aos videogames e *esports*. Fink (2016) mesmo trata algumas modalidades como parte do conceito de jogo na sociedade, entendendo que ambos são um sintoma de uma relação positiva com o corpo, onde na sua realização personificam-se valores que fazem o ser humano continuar a sua existência como saúde, poder e beleza. Por outro lado, esportes podem ser compreendidos como jogos em sua essência principal, pois são atividades regidas por regras que fazem sentido apenas naquele universo e em sua prática sempre existe algo "em jogo". Nesse contexto, quase não há diferença na noção entre esporte e videogame se tomarmos como referência que o segundo é "uma experiência criada por regras" (ANTHROPY, 2012). Assim, não é tão surpreendente que atletas tradicionais e jogadores profissionais de *esports* encontram mais semelhanças que diferenças nas narrativas de suas carreiras, principalmente quando sentem que não são levados a sério até serem bem sucedido em sua área.

Essa questão pode ser atrelada às interconexões que existem entre o lúdico e o trabalho no conceito do jogo enquanto fenômeno cultural. Nos âmbitos dos videogames e esportes eletrônicos elas se tornam ainda mais evidentes e contraditórias. Ao mesmo tempo em que os jogos eletrônicos são uma das indústrias que mais têm movimentado valores significativos no mercado, são tratados de forma banal como atividades infantis, hobbies ou

mesmo perda de tempo. Varella (2020b) comenta como isso não poderia ser pior em um mundo que está cada vez mais sob a influência da lógica da gamificação. O placar, uma das técnicas mais antigas utilizadas nos jogos para estimular os jogadores, está em quase todas as redes sociais sob a máscara de *likes*, seguidores, avaliações de cinco estrelas, etc. Além disso, as empresas têm utilizado do lúdico e do lazer dos jogos para transformar os ambientes de estudo e trabalho em um lugar mais prazeroso aos indivíduos, e, assim, aumentar a sua produtividade. Já quanto aos jogadores competitivos de videogame, Witkowski (2009) denota como o lazer sério explica porque grande parte deles tem uma fascinação com o jogo praticado em alta performance. Ele inclui promove um sentimento de perseverança, uma carreira de lazer, esforço pessoal, e faz os jogadores experienciarem um senso de conquista e de pertencimento, e/ou uma melhora na percepção de sua autoimagem. Todavia, Taylor (2012) aponta como é normal que jogadores tenham medo de que sua diversão seja transformada em trabalho. No processo de profissionalização do meio, por consequência, ocorre uma profissionalização da carreira que faz com que esses indivíduos tenham que lidar com outros fatores que não envolvem o jogo em si, como lidar com companheiros de equipe, figuras de liderança que lhe dão ordens (técnicos), instituições que impõem regras sobre o seu comportamento profissional, patrocinadores, etc.

Então, se o esporte é um fenômeno sociocultural da modernidade capaz de reproduzir ao longo de sua história valores e padrões culturais que são indicadores do momento em que se passam, apresentando as múltiplas facetas da sociedade e dos indivíduos que protagonizam ou organizam os espetáculos esportivos (RUBIO, 2017), o estudo do caso do League of Legends enquanto jogo e esporte eletrônico nos permite refletir mais afundo sobre todos esses aspectos em um panorama particular e vasto.

O que se pode observar é que ele apresenta características consideradas importantes para a sobrevivência e popularidade de uma modalidade esportiva competitiva como: a) a presença de ídolos/heróis/celebridades/estrelas que são fundamentais para que se estabeleça uma relação entre o mundo real e o imaginário no público e que haja uma identificação do mesmo com determinado esporte. No caso do LoL, isso é principalmente identificado na imagem de Lee “Faker” Sang-hyeok, que é tratado como o “deus” desse jogo pela comunidade e foi, inclusive, reconhecido pelo canal Olímpico em 2020, que comparou sua importância no League of Legends à de Cristiano Ronaldo no futebol. Além disso, o potencial de sua figura heróica é reforçado quando a própria desenvolvedora Riot Games

explora sua trajetória de ascensão, domínio do cenário e queda recente nas narrativas dos eventos competitivos internacionais. Tais momentos de derrota, como Campbell (1989) e Helal (1998) dizem, são essenciais para que o herói volte renascido e grandioso, pronto para cumprir sua missão novamente; b) a midiatização das competições esportivas. Cada vez mais os meios de comunicação de massa são parte fundamental da a existência dos esportes na sociedade contemporânea, pois quanto mais eles expõe uma modalidade ao público, mais atenção ela recebe de espectadores, que atraem o interesse de empresas em patrocinar esses eventos competitivos por eles serem potenciais clientes. Os números do Campeonato Mundial de LoL corroboram com isso, já que em 2019 ele foi o torneio de *esport* mais assistido nas plataformas online acumulando mais de 100 milhões de espectadores, além de cerca de 15 mil pessoas presentes na final em Paris na AccroHotels Arena, segundo dados do Business Insider[169]. Lipovetsky e Serroy (2015) defendem a ideia de que no contexto atual não há como escapar da lógica extremista do espetáculo, do divertimento, da teatralização e do *show business*.

O League of Legends competitivo ainda possui seus próprio rituais assim como esportes tradicionais. No âmbito do Campeonato Mundial de 2019 foram identificados: cerimônias de abertura; introdução da taça do Mundial pelos atuais campeões; apresentação da mesma no palco da final em uma mala personalizada pela Louis Vuitton da mesma maneira que acontece na final da Copa do Mundo de futebol; apresentação dos jogadores antes de uma partida; cumprimento entre os jogadores após as partidas, em que os vencedores vão até os perdedores e dão um aperto de mão; cumprimento dos jogadores perante à torcida presencial; as manifestações da torcida em forma de cânticos, cartazes (de papel e eletrônicos), bandeiras, uniformes das organizações, etc.; cantos que incluem memes da comunidade de LoL e só fazem sentido no seu cenário competitivo; sorteio da fase de quartas de final, onde um atleta de cada equipe representa a mesma e espera no palco a realização do sorteio. A cada confronto definido os dois jogadores se cumprimentavam e, em seguida, se retiravam do palco; levantamento da taça do Mundial pelos jogadores e comissão técnica após o final do jogo; uso de adesivos com o logo da organização quase como uma pintura de guerra; cerimônia de recebimento de medalhas; escolha do jogador MVP da final; e entrevistas pós-jogo.

---

[169] Disponível em: <https://www.businessinsider.com/league-of-legends-world-championship-100-million-viewers-2019-12> Acesso em: 30 mar. de 2020

Além disso, o LoL está inserido em um contexto de cultura participativa (JENKINS, 2007, 2009). Enquanto jogo eletrônico, ele incentiva a participação ativa da desenvolvedora e dos usuários na criação de narrativas transmídia por meio do próprio jogo, de sites e perfis oficiais do mesmo e da Riot Games, de fóruns de discussão como o Reddit e das redes sociais, de produtos online como as *skins* dos personagens, materiais promocionais como músicas e videoclipes, e *fanarts* e *cosplays* feitos pelo público. Enquanto *esport*, isso é feito por meio das transmissões online ao vivo, de programas pré e pós-jogo, podcasts analisando os jogos competitivos, *skins* especiais representando os campeões mundiais, fóruns de discussão e redes sociais, músicas e videoclipes envolvendo os jogadores profissionais, ilustrações dos fãs de cada time ou jogador, de conteúdos produzidos pelas organizações mostrando a rotina dos atletas e bastidores das competições (além de outros conteúdos alternativos de entretenimento), de tours pelos bastidores dos eventos competitivos e do Pro View.

No entanto, eventos competitivos de *esport* ainda podem explorar mais os potenciais turísticos e culturais das cidades que os sediam como fazem a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos.

Com isso, o presente trabalho espera que tenha contribuído para fomentar discussões sobre o fenômeno cultural dos esportes eletrônicos principalmente na área da Comunicação e para servir como base teórica para futuras pesquisas que envolvam tal assunto, deixado claro que ainda existem diversas possibilidades a serem exploradas como a análise de rituais específicos de ligas regionais do LoL, observação de diferenças culturais e de multiculturalidade no cenário competitivo, entre outras, além da perspectiva de tomar outros *esports* como estudos de caso.

Referências

ADORNO, T. **Aesthetic theory**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1977.

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialectic of enlightenment:** philosophical fragments. Trans.: Edmund Jephcott. California: Stanford University Press, 2002.

ALBUQUERQUE, A. *Comunicação política: o desafio das tecnologias da comunicação e da informação*. In: **Teoria & Pesquisa**, n. 36/37, jan-jul 2011, p. 87-104.

ANHOLT, S. *Beyond the nation brand*: the role of image and identity in international relations. Exchange: **The Journal of Public Diplomacy**. vol. 2, issue 1 , article 1, 2011, p. 6-12.

ANTHROPY, A. **Rise of the videogame zinesters:** how freaks, normals, amateurs, artists, dreamers, drop-outs, queers, housewives, and people like you are taking back an art form. New York: Seven Stories Press, 2012.

AP. **Associate Press stylebook and briefing on media law 2017**. New York: Basic Books, 2017.

APASHE; WASIU. **Majesty**. Disponível em: <https://www.letras.mus.br/apashe/majesty-feat-wasiu/> Acesso em: 25 ago. de 2020.

ARANHA, G. *O processo de consolidação dos jogos eletrônicos como instrumento de comunicação e de construção de conhecimento*. In: **Revista Ciência e Cognição**, ano 1, vol. 3, nov. 2004, p. 21-62.

ARBULU, R. **Blizzard e ESPN fecham acordo para a transmissão de torneios de Overwatch na T**V. Canaltech, 2019. Disponível em: <https://canaltech.com.br/esports/blizzard-e-espn-fecham-acordo-para-transmissao-de-torneios-de-overwatch-na-tv-140515/> Acesso em: 30 jul. de 2019

ARNAUD, J-C. *eSport - a new world*. In: CHRISTOPHERS, J.; SCHOLZ, T. (Eds.). **eSports Yearbook 2009**. San Francisco: Creative Commons, 2010.

BAUDRILLARD, J. **Tela total:** mito-ironias do virtual e da imagem. Trad.: Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 2005.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Trad.: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BAUMAN, Z. **“Vivemos tempos líquidos. Nada é para durar”**. ISTOÉ, 2016. Entrevista concedida a Adriana Prado. Disponível em: <https://istoe.com.br/102755_VIVEMOS+TEMPOS+LIQUIDOS+NADA+E+PARA+DURAR+/ > Acesso em: 29 mar. 2019.

BELLINGHAUSEN, J. **Grupos de League of Legends:** Worlds 2019 - resumo do quarto dia. Estnn, 2019. Disponível em: <https://estnn.com/league-of-legends-worlds-2019-groups-day-four-recap/> Acesso em 21 ago. de 2020.

BELLO, R. S. **O videogame como representação histórica:** narrativa, espaço e jogabilidade em Assassin’s Creed. 2016. 325f. Dissertação (Mestrado em História Social) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo.

BENJAMIN, W. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. In: ADORNO et al. **Teoria da cultura de massa**. Trad.: Carlos Nelson Coutinho. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

BINNER, A. **Meet esports phenom Lee Sang-hyeok - the Ronaldo of gaming**. Olympic Channel, 2020. Disponível em: <https://www.olympicchannel.com/en/stories/news/detail/faker-lee-sang-hyeok-esports-phenom-olympics/> Acesso em: 28 jul. de 2020.

BLANCO, B. *Games para mulheres:* do Girls Game Movement ao pós Gamergate. São Paulo: Intercom, 2017, p. 1-15. In: **XL Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação**, 2017, Curitiba.

BRASIL, E. **Comissão reconhece xadrez, damas, go bridge e pôquer como atividades esportivas**. Câmara dos Deputados, 2017. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/514812-comissao-reconhece-xadrez-damas-go-bridge-e-poquer-como-atividades-esportivas/> Acesso em: 17 de jun. de 2020.

BROUGÈRE, G. **Jogo e educação**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1998.

BYE, J. **The OGA:** what the hell is it?. Eurogamer, 1999. Disponível em: <https://www.eurogamer.net/articles/oga> Acesso em: 08 mar. de 2020.

CAILLOIS, R. **Os jogos e os homens:** a máscara e a vertigem. Trad.: José Garcez Palha. Lisboa: Cotovia, 1990.

CAMPBELL, J. **O herói de mil faces**. Trad.: Adail Ubirajara Sobral. São Paulo: Pensamento/Cultrix, 1989.

CAMPOS, M. T. C. de. *Os mitos da mídia*. In: **E-com**. Belo Horizonte, vol. 2, nº 2, novembro 2008, p. 1-14.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos:** conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

COI. Comitê Olímpico Internacional. **Carta Olímpica:** em vigor desde 8 de junho de 2011. Trad.: Alexandre Miguel Mestre e Filipa Saldanha Lopes. Lisboa: Instituto Português do Desporto e Juventude. [2012?].

COI. Comitê Olímpico Internacional. **Olympic marketing fact file 2012 edition**. Lausanne, 2012.

COI. Comitê Olímpico Internacional. **IOC Marketing:** media guide. Olympic Games in Rio. 2016. Lausanne, 2016. Disponível em: <http://touchline.digipage.net/iocmarketing/rio2016/1-1> Acesso em: 20 de set. de 2018.

COI. Comitê Olímpico Internacional. **Olympic marketing fact file 2020 edition**. Lausanne, 2020. Disponível em: <https://stillmed.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/Documents/IOC-Marketing-and-Broadcasting-General-Files/Olympic-Marketing-Fact-File.pdf> Acesso em: 22 de abr. de 2020.

DEBORD, G. **Sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto Editora, 1997.

DINNIE, K. **Nation branding:** concepts, issues, practice. Nova York: Routledge, 2016.

DONOVAN, T. **The history of video games**. East Sussex: Yellow Ant, 2010. Kindle Edition. 14622 posições.

DREES, L. **Olympia:** gods, artists, and athletes. Trans.: Gerald Onn. New York: Praeger, 1968.

DURAN, H. B. **Riot:** LEC spring split finals contributed $2.6M to Rotterdam economy. The Esport Observer, 2019. Disponível em: <https://esportsobserver.com/riot-tourism-lec-spring-rotterdam/> Acesso em 21 ago. de 2020.

DURAND, G. *O retorno do mito*: introdução à mitologia. In: **FAMECOS**, v. 11, nº 23, 2004, p. 7-22.

DURKHEIM, E. **As formas elementares da vida religiosa:** o sistema totêmico na Austrália. Trad.: Paulo Neves. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

É Guerra! (Temporada 1, ep. 4). **GDLK** [série documental]. Estados Unidos: Netflix, 2020. (41m41s).

EBERT, R. **Video games can never be art**. Roger Ebert, 2010. Disponível em: <https://www.rogerebert.com/roger-ebert/video-games-can-never-be-art> Acesso em: 19 jan. de 2020.

EBERT, R. **Okay kids, play on my lawn**. Roger Ebert, 2010. Disponível em: <https://www.rogerebert.com/roger-ebert/okay-kids-play-on-my-lawn> Acesso em: 19 jan. de 2020.

EISENBERG, R. L. *Girl games*: adventures in Lip Gloss. In: **Gamasutra**, 1998. Disponível em: <http://www.gamasutra.com/view/feature/131660/girl_games_adventures_in_lip_gloss.php > Acesso em: 13 jan. 2020.

ELIADE, M. **Mito e realidade**. Trad.: Pola Civelli. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1972.

ESA. Entertainment Software Association. **2019 Essential Facts About the Computer and Video Game Industry**. 2019. Disponível em: <https://www.theesa.com/wp-content/uploads/2019/05/2019-Essential-Facts-About-the-Computer-and-Video-Game-Industry.pdf> Acesso em: 02 set. 2019.

ESGUERRA, T. **Worlds 2019 is Faker's chance for redemption - and revenge**. Dor Esports, 2019. Disponível em: <https://dotesports.com/league-of-legends/news/worlds-2019-is-fakers-chance-for-redemption-and-revenge> Acesso em 23 nov. de 2019.

FAHY, J.; JOBBER, D. **Foundations of marketing**. New York: McGraw-Hill Education, 2003.

FARIAS, L. A. **Opiniões voláteis:** opinião pública e construção de sentido. São Bernardo do Campo: Metodista, 2019.

FINK, E. **Play as symbol of the world (studios in continental thought)**. Trans.: Alexander Moore and Christopher Turner. Kindle Edition. Boomington: Indiana University Press, 2016. 7862 posições.

FREEMAN, G. WOHN, D. Y. *eSports as an emerging reseach context at CHI:* diverse perspectives on definitions. In: **Proceedings of the 2017 CHI Conference Extended Abstracts on Human Factors in Computing**, Denver, 2017, p. 1601-1608.

GARCIA, B. **One hundred years of cultural programming within the Olympic Games (1912-2012):** origins, evolution and projections. International Journal of Cultural Policy, vol. 14, n. 4, November 2008, p. 361-376.

GARCIA, B. **What's your story?** Olympic & Paralympic legacies. Palestra apresentada na aula de *Memórias Rituais, Narrativas da Experiência* na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 26 de ago. 2016.

GASI, F. **Videogames e mitologia:** a poética do imaginário e dos mitos gregos nos jogos eletrônicos. Nova Iguaçu: Marsupial Editora, 2013.

GASI, F. **Mapas do imaginário compartilhado na experiência do jogar:** o videogame como agenciador dos devaneios poéticos. 2016. 310f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

GASI, F. **Lara Croft:** sobre mulheres e games - ABC das minas com Flavia Gasi. 2020. (9m23s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Kn5-NO4u_DY> Acesso em: 01 ago. de 2020.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GIRGINOV, V.; PARRY, J. **The Olympic Games explained:** a student guide to the evolution of the modern Olympic Games. Londres: Routledge, 2005.

GOLD, M.; REVILL, G. *The cultural Olympiads:* reviving the Panegyris. In: GOLD, J. R.; GOLD, M. M. (eds). **Olympic cities:** urban planning, city agendas and the World's Games, 1896 to the present. London: Routledge, 2007, p. 59–83.

GOUGH, C. **eSports market** - statistics & facts. Statista, 2020. Disponível em: <https://www.statista.com/topics/3121/esports-market/> Acesso em: 21 ago. de 2020.

GRIES, S. *eSports and the Olympic moviment:* a short analysis of the IOC Esports Forum. In: **eSports Yearbook 2017/18**. Norderstedt: Books on Demand GmbH, 2019.

GU, R. Y. **From 2008 to 2017:** reflections from the stands in the Bird's Nest. ESPN UK, 2017. Disponível em: <https://www.espn.co.uk/esports/story/_/id/21356303/league-legends-2008-2017-reflections-stands-bird-nest> Acesso em: 15 jan. de 2020.

GUTTMANN, A. **From ritual to record:** the nature of modern sports. Updated edition. New York: Columbia University Press, Kindle Edition, 2004, 4537 posições.

HALL, S. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Trad.: Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HALL, S. *Diásporas, ou a lógica da tradução cultural*. Trad.: Elizabeth Ramos. In: **MATRIZes**, vol. 10, n. 3, p. 47-58, set-dez. 2016.

HAMARI, J.; SJÖBLOM, M. *What is eSports and why do people watch it?* In: **Internet Research**, vol. 27, issue. 2, p. 211-232, 2017.

HELAL, R. *Mídia, construção da derrota e o mito do herói*. In: **Motus Corporis**, Rio de Janeiro, vol. 5, nº 2, nov. 1998, p. 141-155.

HELAL. R. *Mídia, ídolos* e *heróis do futebol*. In: **Revista de Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física**, vol.2, CEFD/UFSM: 32-52, 1999.

HELAL, R. *Mídia e idolatria:* o caso Ronaldinho. In: ADAMI, A.; HELLER, B.; CARDOSO, H. D.de F. (Orgs.). **Mídia, cultura, comunicação**. São Paulo: Arte e Ciência, 2003, v. 2, p. 107-123.

HOUAISS, A. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Curitiba: Objetiva, 2009.

HUIZINGA, J. **Homo Ludens:** o jogo como elemento da cultura. Trad.: João Paulo Monteiro. São Paulo: Editora Perspectiva, 4ª edição, 1995.

JAEGER, W. **Paideia:** a formação do homem grego. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

JENKINS, H. **Transmedia storytelling 101**. 2007. Disponível em: <http://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html> Acesso em 04 jul. de 2018.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. Trad.: Susana Alexandria. 2ª edição. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, H; CASSELL, J. *From Quake Grrls to Desperate Housewives:* a decade of gender and computer games. In: KAFAI, Y.B. et al. (Org.) **Beyond Barbie & Mortal Kombat:** new perspectives on gender and gaming. Cambridge: The MIT Press, 2011. p. 5-20.

JOHNSON, S. **Cultura da interface:** como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011.

KANG, A. **Faker's Michael Jordan-like return highlights League of Legends World Championship story lines**. The Washington Post, 2019. Entrevista concedida à Miles Yim. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/video-games/esports/2019/10/02/fakers-michael-jordan-like-return-highlights-league-legends-world-championship-story-lines/> Acesso em: 5 nov. de 2019.

KELLNER, D. *A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo*. Trad.: Rosemary Duarte. In: **Revista LÍBERO**, ano VI, vol. 6, nº 11, 2004, p. 4-15.

KOOT, J. *eSport governance and its failures*. In: **eSports Yearbook 2017/18**. Norderstedt: Books on Demand GmbH, 2019.

LATOUR, B. *On technical mediation* - philosophy, sociology, genealogy. In: **Common Knowledge**, v. 3, nº 2, 1994a, p. 29-64.

LEAGUE OF LEGENDS. **Making the SKT T1 2016 World Championship team skins | League of Legends**. 2017. (8m13s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=v8crNITkcX0> Acesso em: 12 nov. de 2018.

LEAGUE OF LEGENDS. **Phoenix (ft. Cailin Russo and Chrissy Costanza) | Worlds 2019 - League of Legends.** 2019. (3m28s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=i1IKnWDecwA> Acesso em: 8 out. 2019.

LEITE, F. T. **Metodologia Científica:** métodos e técnicas de pesquisa: monografias, dissertações, teses e livros. Aparecida: Ideias & Letras, 2008.

LEMOS, A. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 2ª edição. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LEMOS, E. *Metodologia da pesquisa em comunicação organizacional e em relações públicas:* uma abordagem prática. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.). **Comunicação Organizacional e estratégica:** Aportes e conceitos aplicados. São Paulo: Summus, 2016.

LÉVI-STRAUSS, C. **Antropologia estrutural**. Trad.: Beatriz Perrone-Moisés. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Trad.: Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

LIBERTI, R. *Gendering the gym:* a history of women in Physical Education. In: **Kinesiology Review**, vol. 6, nº 2, p 153-166, 2017.

LIN, H.; SUN, C. T. *The role of onlookers in arcade gaming:* frame analysis of public behaviours. In: **Convergence**, 17(2), 2011, p.125–137.

LIPOVETSKY, G.; SERROY. **A cultura-mundo:** respostas a uma sociedade desorientada. Trad.: Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A estetização do mundo:** viver na era do capitalismo artista. Trad.: Eduardo Brandão. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MACEDO, T.; FILHO, O. A. *Dos rios à tela de cristal líquido:* o retorno do mito e a arquitetura da cultura convergente em *League of Legends*. In: **Revista Fronteiras**, vol. 17, nº 2, 2015, p. 231-247.

MACHADO, A. **Máquina e imaginário:** o desafio das poéticas tecnológicas. 3ª edição. São Paulo: EDUSP, 2001.

MACHADO, A. *Tecnologia e arte contemporânea:* como politizar o debate. In: **Revista de Estudios Sociales**, nº 22, dez. 2005, p. 71-79.

MACIEL, M, VENTURELLI, S. *Games*. In: **Conexão – Comunicação e Cultura**, vol. 3, nº 6, 2004, p. 167-190.

MARTEL, F. **Mainstream:** a guerra global das mídias e das culturas. Trad.: Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

MARKOVITS, A. S.; HELLERMAN, S. L. **Offside:** soccer and american exceptionalism. New Jersey: Princeton University Press, 2001.

MALLIET, S; MEYER, G. de. *The history of video game*. In: RAESSENS, J.; GOLDSTEIN, J. (orgs.). **Handbook of computer game studies**. Cambridge: MIT Press, 2005.

MCINTYRE, I. **Faker hints at changes for SKT after semifinal 'failure' at Worlds 2019**. Dexerto, 2019. Disponível em: <https://www.dexerto.com/league-of-legends/faker-hints-changes-skt-semifinal-failure-worlds-2019-1212395> Acesso em: 23 nov. de 2019.

MCGONIGAL, J. **A realidade em jogo**. Rio de Janeiro: Best Seller, 2012.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

MELATTI, J. C. **Krahô**. Povos Indígenas do Brasil, 2018. Disponível em: <https://www.indios.org.br/pt/Povo:Krah%C3%B4> Acesso em: 8 ago. de 2020.

MENDES, M. I. B. de S.; GLEYSE, J. *O cuidado de si em Michel Foucault:* reflexões para a Educação Física. In: **Movimento**, Porto Alegre, v. 20, n. esp., 2004, p. 507-520.

de MENEZES, B. C. **eSports:** o que são, como surgiram e tudo sobre o cenário competitivo. Globo Esporte, 2020. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/esports/noticia/esports-o-que-sao-como-surgiram-e-tudo-sobre-o-cenario-competitivo.ghtml> Acesso em: 17 ago. de 2020.

MORAGAS, M. **Cultura, símbols i Jocs Olímpics**. Barcelona: Centre d'Investigació en Comunicació, Generalitat de Catalunya, 1992.

MORAGAS, M.; RIVENBURGH, N. K; LARSON, J. F. **Television in the Olympics**. London: John Libbey, 1995.

MORAGAS, M. *The new role of the mass media in the construction of sport and Olympic values.* In: **International Symposium on Toward the Creation of New-Sport Cultures**, Osaka, 1996.

NASSAR, P. FARIAS, L. A. *Memória, identidade e as empresas brasileiras:* a difícil metamorfose. In: FILGUEIRA, J.; PEIXINHO, A. T. (Orgs.). **Narrativas mediáticas e comunicação**: construção da memória como processo de identidade organizacional. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2018. p. 331-356.

NASSAR, P.; FARIAS, L. A.; POMARICO, E. Narrativas rituais: uma aproximação entre comunicação e antropologia. In: SCHEID, D.; MACHADO, J.; PÉRSIGO, P. M. (Orgs.). Tendências em comunicação organizacional: temas emergentes no contexto das organizações. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2019.

NASSAR, P.; REIS, P. *As estratégias de comunicação da marca Rio em eventos de alta visibilidade:* o caso da Rio + 20. In: **Organicom**, ano 10, nº 19, 2013, p. 231-248.

NEUMAN, L. W. **Social research methods:** qualitative and quantitative approaches. Boston: Allyn & Bacon, 1997.

NEWMAN, J. *In search of the videogame player:* the lives of Mario. In: **New Media and Society**, 4(3), 2002, p. 405-422.

NEWZOO. **Global esports market report 2020**. Newzoo, 2020.

NEWZOO. **Most popular core PC games - global**. Newzoo, 2020. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/rankings/top-20-core-pc-games/> Acesso em 01 ago. de 2020.

NEWZOO. **Most watched games on Twitch**. Newzoo, 2020. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/rankings/top-games-twitch/> Acesso em 01 ago. de 2020.

OLIVEIRA, M. F. **Metodologia científica:** um manual para a realização de pesquisas em Administração. Catalão: UFG, 2011.

ONÇA, F. A. **A era dos games na sociedade da escolha**. 2014. 169f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

ORTEGA, F. *Da ascese à bio-ascese ou do corpo submetido à submissão do corpo*. In: RAGO, M.; ORLANDI, L. B. L.; VEIGA-NETO, A. (Org.). **Imagens de Foucault e Deleuze:** ressonâncias nietzschianas. 2ª ed.. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

OTTO, I. **'A gente sempre esteve lá', diz Flávia Gasi sobre garotas gamers**. Capricho, 2017. Disponível em: <https://capricho.abril.com.br/comportamento/a-gente-sempre-esteve-la-afirma-flavia-gasi-sobre-meninas-gamers/> Acesso em: 11 de mai. 2019.

PEREIRA, A. L. de M. **Space Invaders:** veja a lista com curiosidades e polêmicas do jogo. TechTudo, 2016. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/listas/noticia/2016/03/space-invaders-veja-lista-com-curiosidades-e-polemicas-do-jogo.html> Acesso em: 24 jul. de 2020.

PURCHESE, R. **Esport "killer games" aren't right for Olympics, says IOC**. Eurogamer, 2018. Disponível em: <https://www.eurogamer.net/articles/2018-09-04-esport-killer-games-arent-right-for-olympics-yet-says-ioc> Acesso em: 23 jul. de 2020.

RIETKERK, R. **Newzoo's esports trends to watch in 2020**. Newzoo, 2020 Disponível em: <https://newzoo.com/insights/articles/newzoos-esports-trends-to-watch-in-2020/> Acesso em: 21 ago. de 2020.

ROMEO, N. **Olympic Games we no longer play**. National Geographic, 2016. Disponível em: <https://www.nationalgeographic.com/news/2016/08/olympics-olympic-games-no-longer-play-ancient-greece/> Acesso em: 12 de jun. de 2019.

ROSINA, D. *Sobre o conceito de esporte na contemporaneidade:* reflexões a partir da lógica platônica do terceiro excluído. In: RUBIO, K. (org). **Esporte e mito**. São Paulo: Editora Laços, 2017.

RUBIO, K. **O atleta e o mito do herói:** o imaginário esportivo contemporâneo. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2001.

SANTAELLA, L. **Cultura e artes do pós-humano**. São Paulo: Paulus, 2003.

SCHOLZ, T. *New broadcasting ways in IPTV*: the case of the Starcraft broadcasting Scene. In: CHRISTOPHERS, J.; SCHOLZ, T. **eSports Yearbook 2011/12**. Norderstedt: Books on Demand GmbH, 2012.

SELLTIZ, C.; WRIGHTSMAN, L. S.; COOK, S. W. **Métodos de pesquisa das relações sociais**. São Paulo: EDUSP, 1975.

SEVCENKO, N. **A corrida para o século XXI:** no loop da montanha-russa. São Paulo: Cia. das Letras, 2001.

SILVA, A. J. H da. **Metodologia de pesquisa**: conceitos gerais. Guarapuava: Editora UNICENTRO, 2014.

STANTON, R. **A brief history of video games:** from Atari to Xbox One. London: Robinson, 2015.

STEBBINS, R. **Between work and leisure:** the common ground of two separate worlds. New Brunswick: Transaction Publishers, 2004.

SUTTON-SMITH, B. **The Ambiguity of Play**. 2nd edition. [S.l.]: Harvard University Press, 2001.

TAGARIS, K. **Olympics torch 'back up' flame for Rio lit in ancient Greek ceremony at Olympia**. Stuff, 2016. Disponível em: <https://www.stuff.co.nz/sport/other-sports/79163625/olympics-torch-back-up-flame-for-rio-lit-in-ancient-greek-ceremony-at-olympia> Acesso em: 14 out. de 2019.

TAVARES, R. **Videogames:** brinquedos do pós-humano. 2006. 319f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

TAYLOR, T. L. **Raising the stakes:** e-Sports and the professionalization of computer Gaming. Massachusetts: MIT Press, 2012.

THE OLYMPIC MUSEUM. **The Olympic symbols**. Lausanne: The Olympic Museum, 2nd edition, 2007. Disponível em: <https://stillmed.olympic.org/Documents/Reports/EN/en_report_1303.pdf> Acesso em: 11 de set. 2016.

TIEDEMANN, C. *Sport (and culture of physical motion) for historians:* an approach to precise the central term(s). In: **IX. international CESH-Congress**, Crotone, 2004, p. 1-8.

TOMLINSON, A.; YOUNG, C. **National identity and global sports events:** culture, politics, and spectacle in the Olympics and the football World Cup. New York: State University of New York Press, 2006. p.1-24.

TOOHEY, K.; VEAL, A. J. **The Olympic Games:** a social science perspective. Oxford: CABI, 2nd edition, 2007. p. 145-167.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em Ciências Sociais:** a pesquisa qualitativa em Educação. São Paulo: Editora Atlas, 1987.

TUBINO, M. **O que é esporte?** São Paulo: Brasiliense, 1999.

VARELLA, J. **Videogame, a evolução da arte**. São Paulo: Lote 42, 2020a.

VARELLA, J. *Livro destrincha história do videogame e defende maior reconhecimento artístico*. **Folha de São Paulo**, São Paulo, ano 99, nº 33.193, 18 fev. de 2020b. Folha Ilustrada, p. C4. Entrevista concedida a Eduardo Sombini.

VILLEGAS, J. **La estructura mítica del héroe**. Barcelona: Editorial Planeta, 1978.

VINHA, F. **O primeiro Pac-Man tinha apenas 14kb, revela criador do personagem**. TechTudo, 2015. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/12/o-primeiro-pac-man-tinha-apenas-14kb-revela-criador-do-personagem.html> Acesso em: 24 jul de 2020.

WAGNER, M. G. *On the scientific relevance of eSports*. In: **Proceedings of the 2006 International Conference on Internet Computing & Conference on Computer Games Development**, 2006, p. 437-442.

WEBB, K. **More than 100 million people watched the 'League of Legends' World Championship, cementing its place as the most popular esport**. Business Insider, 2019. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/league-of-legends-world-championship-100-million-viewers-2019-12> Acesso em 30 mar. de 2020.

WEIBEL, P. *The world as interface:* toward the construction of context-controlled event-worlds. In: DRUCKREY, T. **Electronic culture:** technology and visual representation. New York: Aperture Foundation, 1996.

WEIBEL, P. *Teoria narrada:* projeção múltipla e narração múltipla. (passado e futuro). In: LEÃO, L. (Org.). **O chip e o caleidoscópio:** reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: SENAC, 2005.

WEILLER, T. **Jogos não são arte**. Essa palavra não serve para nada mais. Medium, 2017. Disponível em: <https://medium.com/@thaisweiller/jogos-n%C3%A3o-s%C3%A3o-arte-3de7fbc61f3f> Acesso em: 03 nov. de 2019.

WIJMAN, T. **Mobile revenues account for more than 50% of the global market as it reaches $137.9 billion in 2018**. Newzoo, 2018. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-137-9-billion-in-2018-mobile-games-take-half/> Acesso em: 18 jul. de 2018.

WIJMAN, T. **The World's 2.7 billion gamers will spend $159.3 billion on games in 2020; the market will surpass $200 billion by 2023**. Newzoo, 2020. Disponível em:

<https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-games-market-numbers-revenues-and-audience-2020-2023/> Acesso em: 15 jul. de 2020.

WINER, F. **Esports:** how the term was coined and what is the correct way to write it? D!gitalist Magazine, 2019. Disponível em: <https://www.digitalistmag.com/customer-experience/2019/03/27/esports-how-term-was-coined-what-is-correct-way-to-write-it-06197363/> Acesso em: 29 abr. 2020.

WITKOWSKI, E. **Inside the huddle:** the phenomenology and sociology of team play in networked computer games. 2012. 249p. Dissertation (PhD in Philosophy) - IT, University of Copenhagen, 2012a.

WITKOWSKI, E. *On the digital playing field:* how we ‘do sport’ with networked computer games. In: **Games and Culture**, vol. 7, nº 5, 2012b, p. 349-374.

WITTGENSTEIN, L. **Investigações Filosóficas**. São Paulo: Nova Cultural, 1999.

YIN, R. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ANEXO A - Vídeos do Mundial 2019 de LoL Utilizados na Pesquisa

- Dia 1 da fase de entrada (transmissão em inglês no canal oficial da Riot na Twitch): <https://www.twitch.tv/videos/489172130?filter=archives&sort=time>
- Dia 1 da fase de grupos (transmissão em inglês no canal oficial da Riot na Twitch): <https://www.twitch.tv/videos/493510336?filter=archives&sort=time>
- Dia 5 da fase de grupos (transmissão em inglês no canal oficial da Riot na Twitch): <https://www.twitch.tv/videos/496205234?filter=archives&sort=time>
- Dia 8 da fase de grupos (transmissão em inglês no canal oficial da Riot na Twitch): <https://www.twitch.tv/videos/497127334?filter=archives&sort=time>
- Dia 1 das quartas de final (transmissão em inglês no canal oficial da Riot na Twitch): <https://www.twitch.tv/videos/499763039?filter=archives&sort=time>
- Abertura da final do Mundial 2019 (canal oficial da Riot no Youtube e na Twitch): <https://www.youtube.com/watch?v=6QDWbKnwRcc> <https://www.twitch.tv/videos/506331985?filter=archives&sort=time>
- Final do Mundial 2019 (transmissão em inglês no canal oficial da Riot na Twitch): <https://www.twitch.tv/videos/506331985?filter=archives&sort=time>

ANEXO B - Letra da Música “Majesty” de Apashe feat. Wasiu (Versão em Inglês)

I'm the shit, use your throne as my toilet seat
I demand the king's ransom for royalties
I deserve a mansion, I'm royalty
Address me your majesty
To form a new dynasty
The old one was dying, see?
I am your highness, please
Address me your majesty

Instant classic, that's classical gold art
Urban blacksmith; black-fisted Mozart

Requiem for the souls of the old us
Gather 'round, we can all watch the throne fall
A new king has ascended, a ghost, y'all
Crown me your majesty, oh lord!
Majesty, oh lord
Oh lord!

Instant classic, that's classical gold art
Urban blacksmith; black-fisted Mozart

Stay cool, the North King must be cold-ah
Exhale, now I look like a smoker
They hail me as king, but when hell freezes over
Will I raise supreme and that hail on your shoulder?
Raindrop feel like a boulder
Drown in a pool of your cold blood
Suffocate dumb kings, nothing in lungs
Hold your breath, I'm the air to the kingdom!

All the stars and galaxies address me as your majesty
So better say your majesty, I might react erratically
Throw you in a fire, purify you
I'm the sire, my empire's on the rise
You better find yourself a place to hide
Your place to find, but say it twice
My name divine, I'm aimin' high
Don't look in my face or eyes
Take a bow and save your life

Glory to the emperor, my temperature is risin'
Always hot, it's getting violent
I need silence, I need silence, shh

Requiem for the souls of the old us
Gather 'round, we can all watch the throne fall
A new king has ascended, a ghost, y'all
Crown me your majesty, oh lord!
Majesty, oh lord
Oh lord!
Instant classic, that's classical gold art
Urban blacksmith; black-fisted Mozart

ANEXO C - Letra da Música “Majesty” de Apashe feat. Wasiu (Versão em Português)

Eu sou a merda, uso seu trono como meu vaso sanitário

Eu exijo o resgate do rei pela realeza
Eu mereço uma mansão, sou da realeza
Intitule-me sua majestade
Pra formar uma nova dinastia
O antigo estava morrendo, percebe?
Eu sou sua alteza, por favor
Intitule-me sua majestade

Clássico instantâneo, isso é uma arte de ouro clássica
Ferreiro urbano, Mozart de punho preto

Réquiem pras almas do antigo nós
Reúnam-se, podemos todos assistir o trono cair
Um novo rei ascendeu, um fantasma, todos
Coroe-me sua majestade, oh senhor
Majestade, oh senhor (oh senhor)
Oh senhor!

Clássico instantâneo, isso é uma arte de ouro clássica
Ferreiro urbano, Mozart de punho preto

Fique frio, o rei do norte deve ser frio (ah)
Expire, agora eu pareço um fumante
Eles me proclamam como rei, mas isso nunca vai acontecer
Irei eu renascer supremo e chover granizo em seu ombro?
Gotas de chuva parecem um pedregulho
Afogando-se em sua poça de sangue frio
Sufoque os reis idiotas, nada nos pulmões
Segure sua respiração, eu sou o ar para o reino

Todas as estrelas e galáxias intitulam-me como sua majestade
Então é melhor dizer sua majestade, eu posso reagir erraticamente
Jogar você no fogo, te purificar
Eu sou o Senhor, meus impérios estão em ascensão
É melhor você encontrar por si mesmo um lugar pra se esconder
Seu lugar pra se encontrar, mas diga isso duas vezes
Meu nome divino, estou mirando alto

Não olhe para o meu rosto ou olhos
Curve-se e salve sua vida
Glória ao Imperador, minha temperatura está subindo
Sempre quente, está ficando violento
Eu necessito de silêncio, eu necessito de silêncio, shh

Réquiem pras almas do antigo nós
Reúnam-se, podemos todos assistir o trono cair
Um novo rei ascendeu, um fantasma, todos
Coroe-me sua majestade, oh senhor
Majestade, oh senhor (oh senhor)
Oh senhor!

Clássico instantâneo, isso é uma arte de ouro clássica
Ferreiro urbano, Mozart de punho preto

ANEXO D - Letra da Música "*Phoenix*" performada por Cailin Russo e Chrissy Constanza (Versão em Inglês)

What are you willing to lose?
You cover your wounds, but underneath them
A million voices in your head that whisper: Stop now
Another twist of the knife, turn of the screws
It's all in your mind and it's fighting you
Arm yourself, a storm is coming

Well, kid, what you gonna do now?
It's your reflection looking back to pull you down

So are you gonna die today or make it out alive?
You gotta conquer the monster in your head and then you'll fly
Fly, phoenix, fly

It's time for a new empire
Go, bury your demons then tear down the ceiling
Phoenix, fly

And now you're playing with matches
Come out of the ashes underneath you
A million voices in the crowd, they're screaming: Stop now
We'll let 'em swallow their pride, you're turning the tide to true believers
Got them in the palm of your hand, you're playing God now

What you gonna do now?
It's your reflection looking back to pull you down

So are you gonna die today or make it out alive?
You gotta conquer the monster in your head and then you'll fly
Fly, phoenix, fly

It's time for a new empire
Go, bury your demons then tear down the ceiling
Phoenix, fly

So are you gonna die today or make it out alive?
You gotta conquer the monster in your head and then you'll fly

Fly, phoenix, fly

It's time for a new empire
Go, bury your demons then tear down the ceiling
Phoenix, fly

ANEXO E - Letra da Música "*Phoenix*" performada por Cailin Russo e Chrissy Constanza (Versão em Português)

O que você está disposto a perder?
Você cobre suas feridas, mas debaixo delas
Há um milhão de vozes na sua cabeça que sussurram: Pare agora
Mais uma torção da faca, um giro dos parafusos
Está tudo em sua mente e está lutando contra você
Arme-se, uma tempestade está chegando

Bem, garoto, o que você vai fazer agora?
É o seu reflexo te olhando de volta para te derrubar

Então, você vai morrer hoje ou vai conseguir sobreviver?
Você tem que conquistar o monstro na sua cabeça e então você vai voar
Voe, fênix, voe

É hora de um novo império
Vá, enterre seus demônios e derrube o teto
Fênix, voe

E agora você está brincando com fósforos
Saia das cinzas debaixo de você
Um milhão de vozes na multidão estão gritando: Pare agora
Vamos deixá-los engolir orgulho deles, você está virando a maré para os que realmente acreditam
Você tem eles na palma da sua mão, você está brincando de Deus agora

O que você vai fazer agora?
É o seu reflexo olhando de volta para te derrubar

Então, você vai morrer hoje ou vai conseguir sobreviver?
Você tem que conquistar o monstro na sua cabeça e então você vai voar
Voe, fênix, voe

É hora de um novo império
Vá, enterre seus demônios e derrube o teto
Fênix, voe

Então, você vai morrer hoje ou vai conseguir sobreviver?

Você tem que conquistar o monstro na sua cabeça e então você vai voar
Voe, fênix, voe

É hora de um novo império
Vá, enterre seus demônios e derrube o teto
Fênix, voe